



# STRATEGI KOMUNIKASI



Tujuan Pembangunan Berkelanjutan/  
*Sustainable Development Goals.*

**TPB/SDGs**

**KEDEPUTIAN BIDANG KEMARITIMAN DAN SUMBER DAYA ALAM  
KEMENTERIAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN NASIONAL/  
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN NASIONAL  
2020**

**STRATEGI KOMUNIKASI  
PELAKSANAAN PENCAPAIAN TUJUAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN/  
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (TPB/SDGs)**



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

<b>Penyelaras Akhir</b>	: Deputi Bidang Kemaritiman dan Sumber Daya Alam
<b>Reviewer</b>	: Amalia Adininggar Widyasanti, Nina Sardjunani
<b>Editor</b>	: Indriana Nugraheni, Rachman Kurniawan Setyo Budiantoro, Sanjoyo
<b>Layout/Desain</b>	: Ongky Arisandi, Alimatul Rahim
<b>Tim Pendukung</b>	: Alimatul Rahim, Chiquita Abidin, Farhana Zahrotunnisa, Thas Saralah, Fitriani Yasir, Sandra Pratiwi, Lendi Andita, Khairanis Rahmanda Irina, Tissa Riani, Abdul Halim, Anita Wahyuni Yamin.

Diterbitkan Oleh:

Kedeputan Bidang Kemaritiman dan Sumber Daya Alam, Kementerian  
Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan  
Nasional.

Isi dan materi yang ada pada buku ini dapat diproduksi dan disebarluaskan dengan tidak mengurangi isi dan arti dari dokumen ini. Diperbolehkan untuk mengutip isi buku ini dengan menyebutkan sumbernya.

**STRATEGI KOMUNIKASI  
PELAKSANAAN PENCAPAIAN TUJUAN PEMBANGUNAN  
BERKELANJUTAN/SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS  
(TPB/SDGs) DI INDONESIA**



**KEDEPUTIAN BIDANG KEMARITIMAN DAN SUMBER DAYA ALAM  
KEMENTERIAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN NASIONAL/  
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN NASIONAL  
2020**



## KATA PENGANTAR

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki komitmen tinggi untuk melaksanakan dan mencapai TPB/SDGs tahun 2030 yang merupakan kesepakatan global dan dideklarasikan oleh 193 negara Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) pada September 2015. Kementerian PPN/Bappenas telah mengkoordinasikan penyalarsan 17 Tujuan dan lebih dari 100 Target SDGs diakomodasi dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019 dan RPJMN 2020-2024. Dalam pelaksanaannya, Indonesia memegang teguh prinsip-prinsip TPB/SDGs, yaitu (i) pembangunan yang universal, (ii) integrasi, (iii) memastikan tidak ada satupun yang tertinggal, dan (iv) inklusif.

Dalam rangka meningkatkan keterlibatan semua pihak dari unsur (1) pemerintah dan parlemen, (2) filantropi dan pelaku usaha, (3) organisasi kemasyarakatan, dan (4) akademisi, serta seluruh lapisan masyarakat, perlu kiranya dirumuskan sebuah acuan bagi semua pihak untuk menyampaikan pesan TPB/SDGs dengan bahasa dan pesan yang sama. Kesamaan arti, pemahaman, dan pesan tersebut dimaksudkan untuk mempermudah diterimanya pesan TPB/SDGs oleh setiap orang sehingga “Tidak ada satupun yang tertinggal”. Dengan demikian maka kesadaran, minat, dan partisipasi semua pihak akan lebih meningkat dalam rangka mendukung pencapaian TPB/SDGs di Indonesia. Panduan komunikasi ini juga menjadi dasar dalam penyusunan semua materi komunikasi dan advokasi terkait TPB/SDGs di Indonesia bagi semua pihak di setiap tingkatan dan lapisan masyarakat. Oleh karenanya setiap pihak dapat turut serta terlibat dalam menyebarluaskan pesan TPB/SDGs, ikut aktif terlibat dalam pelaksanaan serta memantau pencapaian TPB/SDGs dengan menggunakan bahasa dan alat ukur yang sama.

Buku panduan komunikasi ini memuat tujuan dilakukannya strategi komunikasi, sasaran pesan dan pesan utama TPB/SDGs Indonesia, saluran komunikasi yang dapat dipergunakan untuk menyampaikan informasi dan advokasi kepada semua pihak, serta cara mengukur keberhasilan strategi komunikasi yang dibangun dan dilaksanakan. Buku panduan ini juga dilengkapi lampiran berupa logo SDGs dan cara penggunaan logo tersebut sesuai dengan ketentuan yang telah diatur oleh Badan Perserikatan Bangsa-Bangsa (United Nations).

Dengan telah diselesaikannya penyusunan buku panduan komunikasi TPB/SDGs Indonesia ini, kami mengucapkan terima kasih atas sumbangsih pemikiran dan saran dari seluruh pihak yang terlibat, berperan dan berpartisipasi, khususnya dukungan dari pihak filantropi dan pelaku usaha melalui FortunePR. Semoga buku ini bermanfaat untuk semua masyarakat dan menjadi acuan kita bersama dalam rangka menyebarluaskan TPB/SDGs di Indonesia dan turut berpartisipasi pada pencapaian SDGs di tingkat nasional dan di tingkat global.

Jakarta, Februari 2020



**Dr. Ir. Arifin Rudiyanto, MSc**

Deputi Bidang Kemaritiman dan Sumber Daya Alam  
Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/BAPPENAS  
Selaku Ketua Tim Pelaksana TPB/SDGs

# DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
<b>I. BENTUK PARTISIPASI PARA PEMANGKU KEPENTINGAN.....</b>	<b>1</b>
A. Pemangku Kepentingan SDGs Indonesia .....	1
B. Bentuk Partisipasi Pemangku Kepentingan .....	2
<b>II. SEKILAS SDGs .....</b>	<b>3</b>
A. Dari MDGs ke SDGs .....	3
B. Penggunaan Istilah TPB/SDGs.....	5
C. Pilar-pilar Pembangunan TPB/SDGs di Indonesia .....	9
<b>III. STRUKTUR ORGANISASI SDGS DI INDONESIA.....</b>	<b>10</b>
A. Tim Koordinasi Nasional TPB/SDGs.....	10
<b>IV. TUJUAN KOMUNIKASI .....</b>	<b>12</b>
A. Tujuan Utama Strategi Komunikasi.....	12
B. Mengukur Keberhasilan Kegiatan Komunikasi SDGs .....	15
<b>V. STRATEGI KOMUNIKASI .....</b>	<b>17</b>
A. Sasaran Pesan Komunikasi SDGs.....	17
B. Pesan Utama Komunikasi SDGs Indonesia.....	18
C. Karakteristik Komunikasi SDGs.....	22
D. Kode Etik Komunikasi .....	23
<b>VI. SALURAN KOMUNIKASI.....</b>	<b>24</b>
A. Media <i>Offline</i> .....	24
B. Media Online.....	26
<b>VII. PANDUAN PENGGUNAAN LOGO SDGs .....</b>	<b>30</b>
A. LOGO SDGs Vertikal .....	31

B. Logo SDGs Horizontal.....	33
C. Spesifikasi Logo SDGs .....	34
D. Penggabungan Logo SDGs dengan Logo Lembaga Lain .....	35
E. Penggunaan Logo SDGs yang Salah.....	37
F. Tipografi untuk Ikon dan Logo SDGs.....	38
G. Ikon Resmi Tujuan SDGs.....	39
H. Panduan Warna Ikon Resmi Tujuan SDGs .....	41

# I. BENTUK PARTISIPASI PARA PEMANGKU KEPENTINGAN

## A. Pemangku Kepentingan SDGs Indonesia

Para pemangku kepentingan (stakeholders) utama yang berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan dan pencapaian SDGs di Indonesia terdiri dari empat platform, yaitu meliputi:

- Pemerintah dan Parlemen
- Akademisi dan Pakar
- Filantropi dan Pelaku Usaha
- Organisasi Kemasyarakatan dan Media.

Indonesia menerapkan hubungan saling percaya antar pemangku kepentingan. Penempatan wakil dari setiap stakeholder dalam keanggotaan Tim Pelaksana dan Kelompok Kerja di dalam Tim Koordinasi Nasional

SDGs, memberikan ruang bagi para pemangku kepentingan untuk terlibat secara aktif. Mereka bukan hanya terlibat dalam pelaksanaan, namun juga dalam menentukan arah pelaksanaan SDGs. Sebagai contoh, dalam penyusunan metadata indikator SDGs dan pembuatan pedoman penyusunan Rencana Aksi yang dilakukan melalui konsultasi publik baik secara online maupun offline. Indonesia menerapkan prinsip inklusif dalam pelaksanaan SDGs baik di tingkat nasional maupun daerah. Tim teknis juga dibentuk dan disepakati dengan keterwakilan semua pemangku kepentingan. Peran dan hubungan antara keempat platform pemangku kepentingan SDGs di Indonesia dijelaskan pada gambar berikut ini.

### PLATFORM PARTISIPASI PELAKSANAAN PENCAPAIAN TPB/SDGS DI INDONESIA

- Penetapan Indikator dalam Setiap Target/Sasaran;
- Pengembangan Kebijakan, Regulasi & Penyelarasan Program/Kegiatan;
- Penyiapan Data dan Informasi yang Digunakan;
- Sosialisasi dan Diseminasi, Komunikasi dan Advokasi;
  - Monev & Pelaporan;
  - Pendanaan.

- Advokasi kepada Pelaku Usaha;
- Fasilitasi Program atau Kegiatan kepada Pelaku Usaha;
- Peningkatan Kapasitas;
- Dukungan Pendanaan.



- Peningkatan Kapasitas;
- Pemantauan dan Evaluasi;
- Policy Research

- Diseminasi dan Advokasi kepada Masyarakat;
- Fasilitasi Program Kegiatan di Lapangan;
- Membangun Pemahaman Publik;
- Monitoring Pelaksanaan

Sumber: Sekretariat Nasional TPB/SDGs





## B. Bentuk Partisipasi Pemangku Kepentingan

Untuk meningkatkan dan memperkuat kemitraan dengan semua pemangku kepentingan SDGs, Indonesia menerapkan lima prinsip kemitraan yaitu:

- Membangun kepercayaan (trust building); rasa saling percaya antar para pemangku kepentingan yang bermitra. Kepercayaan (trust) adalah modal dasar dalam membangun kemitraan secara sinergis. Untuk membangun kepercayaan, maka komunikasi yang dibangun harus dilandasi oleh itikad yang baik dan menjunjung tinggi kejujuran;
- Kemitraan setara (equal partnership); setiap pihak mempunyai kedudukan yang setara;
- Partisipasi; keterlibatan secara aktif para pemangku kepentingan dalam sinergitas pelaksanaan pencapaian SDGs;
- Akuntabilitas; adanya evaluasi terhadap proses pelaksanaan pencapaian kegiatan SDGs dan kinerja para pemangku kepentingan secara bertanggung jawab;
- Manfaat bersama (mutual benefit); asas saling menguntungkan dalam bermitra melalui kontribusi para pihak sesuai peran dan kapasitas masing-masing.

Adapun bentuk-bentuk partisipasi dari para pemangku kepentingan SDGs adalah:

<b>Bentuk partisipasi para pemangku kepentingan TPB/SDGs Indonesia</b>	<p><b>Partisipasi wajib (<i>mandatory participation</i>)</b>          Bentuk partisipasi ini merupakan keharusan untuk dilaksanakan baik yang bersifat program maupun kegiatan-kegiatan komunikasi SDGs. Dalam pelaksanaannya, harus mengacu dan sesuai dengan panduan komunikasi SDGs di Indonesia. Contoh kegiatan: sosialisasi metadata indikator SDGs dan penerapan substansi, istilah, deskripsi, terjemahan hingga penggunaan logo masing-masing Tujuan SDGs.  <b>Pelaku SDGs: Pemerintah dan Parlemen baik di tingkat Pusat dan Daerah.</b></p>
	<p><b>Partisipasi sukarela (<i>voluntary participation</i>)</b>          Partisipasi yang bersifat sukarela dari para pemangku kepentingan dalam pelaksanaan program SDGs maka komunikasinya dianjurkan untuk mengikuti panduan komunikasi pelaksanaan pencapaian SDGs di Indonesia. Contoh kegiatan: acara-acara yang digelar oleh stakeholder terkait isu-isu tertentu SDGs.  <b>Pelaku SDGs: Filantropi dan Pelaku Usaha, Akademisi dan Pakar, Organisasi Kemasyarakatan dan Media.</b></p>
	<p><b>Partisipasi kemitraan (<i>partnership participation</i>)</b>          Merupakan ikatan kerja antara state (pemerintah) dan non-state actors dalam pelaksanaan pencapaian SDGs. Contoh: kerjasama antara pemerintah dengan perguruan tinggi untuk membuat database SDGs, ikatan kerja antara pemerintah dengan media untuk sosialisasi SDGs, dll. Kegiatan-kegiatan kemitraan yang saling menguntungkan tersebut juga dapat dilandasi Nota Kesepahaman (MoU).  <b>Pelaku SDGs: Filantropi dan Pelaku Usaha, Akademisi dan Pakar, Organisasi Kemasyarakatan dan Media.</b></p>

## II. SEKILAS SDGs

### A. Dari MDGs ke SDGs

Sebelum pelaksanaan *Millennium Development Goals* (MDGs) berakhir, pada *UN Summit on MDGs 2010* telah dirumuskan agenda pembangunan dunia yang baru pasca 2015. Hal ini diperkuat dengan disepakatinya dokumen "*The Future We Want*" dalam *UN Conference on Sustainable Development 2012*. Kedua hal ini menjadi pendorong utama penyusunan agenda baru pembangunan pasca 2015 yang disepakati dalam Sidang Umum PBB pada September 2015, yaitu Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) atau *Sustainable Development Goals* (SDGs). TPB/SDGs bertujuan untuk menjaga peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara berkesinambungan, menjaga keberlanjutan kehidupan



Sebagai penyempurnaan dari MDGs yang semula terdiri dari **8 tujuan, 18 target dan 67 indikator**, SDGs memiliki **17 tujuan, 169 target dan 241 indikator** yang inklusif.

sosial masyarakat, menjaga kualitas lingkungan hidup serta pembangunan yang inklusif dan terlaksananya tata kelola yang mampu menjaga peningkatan kualitas kehidupan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Indonesia telah berhasil mencapai sebagian besar target MDGs Indonesia yaitu 49 dari 67 indikator MDGs, namun masih terdapat beberapa indikator yang harus dilanjutkan dalam SDGs.

### Dari MDGs ke SDGs



**TUJUAN**  
PEMBANGUNAN  
BERKELANJUTAN

Beberapa indikator yang harus dilanjutkan antara lain: penurunan angka kemiskinan berdasarkan garis kemiskinan nasional, peningkatan konsumsi minimum di bawah 1.400 kkal/kapita/hari, penurunan Angka Kematian Ibu (AKI), penanggulangan HIV/AIDS, penyediaan air bersih dan sanitasi di daerah perdesaan serta disparitas capaian target antar provinsi yang masih lebar. Beberapa agenda MDGs yang belum tercapai akan dilanjutkan dalam pelaksanaan pencapaian SDGs hingga tahun 2030. SDGs disepakati sebagai penyempurnaan MDGs karena:

1. SDGs lebih **komprehensif** disusun dengan melibatkan lebih banyak negara dengan tujuan yang universal untuk **negara maju dan berkembang**;
2. **Memperluas sumber pendanaan**, selain bantuan negara maju juga sumber dari swasta;
3. Menekankan pada **hak asasi manusia** agar diskriminasi tidak terjadi dalam penanggulangan kemiskinan dalam segala dimensinya;
4. **Inklusif**, secara spesifik menasar kepada yang rentan (No one left behind);
5. Pelibatan seluruh pemangku kepentingan: **pemerintah dan parlemen, filantropi dan pelaku usaha, pakar dan akademisi, serta organisasi kemasyarakatan dan media**;
6. MDGs hanya menargetkan pengurangan “setengah” sedangkan SDGs menargetkan untuk menuntaskan seluruh tujuan indikator (*Zero Goals*);
7. Tidak hanya memuat Tujuan tapi juga **Cara Pelaksanaan (*Means of Implementation*)**.

## B. Penggunaan Istilah TPB/SDGs

TPB/SDGs memuat 17 Tujuan dan sasaran global tahun 2030 yang dideklarasikan baik oleh negara maju maupun negara berkembang di Sidang Umum PBB pada September 2015. Peristilahan atau *tagline* dari masing-masing Tujuan dalam SDGs yaitu:

Tujuan SDGs	Istilah Bahasa Indonesia	Istilah Bahasa Inggris
<b>Tujuan 1: Tanpa Kemiskinan</b>	Mengakhiri segala bentuk kemiskinan di mana pun.	<i>End poverty in all its forms everywhere.</i>
<b>Tujuan 2: Tanpa Kelaparan</b>	Menghilangkan kelaparan, mencapai ketahanan pangan dan gizi yang baik, serta meningkatkan pertanian berkelanjutan.	<i>End hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture.</i>
<b>Tujuan 3: Kehidupan Sehat dan Sejahtera</b>	Menjamin kehidupan yang sehat dan meningkatkan kesejahteraan seluruh penduduk semua usia.	<i>Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages.</i>
<b>Tujuan 4: Pendidikan Berkualitas</b>	Menjamin kualitas pendidikan yang inklusif dan merata serta meningkatkan kesempatan belajar sepanjang hayat untuk semua.	<i>Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all.</i>
<b>Tujuan 5: Kesetaraan Gender</b>	Mencapai kesetaraan gender dan memberdayakan kaum perempuan.	<i>Achieve gender equality and empower all women and girls.</i>
<b>Tujuan 6: Akses Air Bersih dan Sanitasi Layak</b>	Menjamin ketersediaan serta pengelolaan air bersih dan sanitasi yang berkelanjutan untuk semua.	<i>Ensure availability and sustainable management of water and sanitation for all.</i>
<b>Tujuan 7: Energi Bersih dan Terjangkau</b>	Menjamin akses energi yang terjangkau, andal, berkelanjutan, dan modern untuk semua.	<i>Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all.</i>
<b>Tujuan 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi</b>	Meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, kesempatan kerja yang produktif dan menyeluruh, serta pekerjaan layak untuk semua.	<i>Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all.</i>
<b>Tujuan 9: Industri, Inovasi dan Infrastruktur</b>	Membangun infrastruktur yang tangguh, meningkatkan industri inklusif dan berkelanjutan, serta mendorong inovasi.	<i>Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation.</i>

<b>Tujuan 10: Berkurangnya Kesenjangan</b>	Mengurangi kesenjangan intra dan antarnegara.	<i>Reduce inequality within and among countries.</i>
<b>Tujuan 11: Kota dan Pemukiman yang Berkelanjutan</b>	Menjadikan kota dan permukiman inklusif, aman, tangguh, dan berkelanjutan.	<i>Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable.</i>
<b>Tujuan 12: Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung jawab</b>	Menjamin pola produksi dan konsumsi yang berkelanjutan.	<i>Ensure sustainable consumption and production patterns.</i>
<b>Tujuan 13: Penanganan Per- ubahan Iklim</b>	Mengambil tindakan cepat untuk mengatasi perubahan iklim dan dampaknya.	<i>Take urgent action to combat climate change and its impacts.</i>
<b>Tujuan 14: Ekosistem Lautan</b>	Melestarikan dan memanfaatkan secara berkelanjutan sumber daya kelautan dan samudera untuk pembangunan berkelanjutan.	<i>Conserve and sustainably use the oceans, seas and marine resources for sustainable development.</i>
<b>Tujuan 15: Ekosistem Daratan</b>	Melindungi, merestorasi, dan meningkatkan pemanfaatan berkelanjutan ekosistem daratan, mengelola hutan secara lestari, menghentikan penggurunan, memulihkan degradasi lahan, serta menghentikan kehilangan keanekaragaman hayati.	<i>Protect, restore and promote sustainable use of terrestrial ecosystems, sustainably manage forests, combat desertification, and halt and reverse land degradation and halt biodiversity loss.</i>
<b>Tujuan 16: Perdamaian, Keadilan dan Kelembagaan yang Tangguh</b>	masyarakat yang inklusif dan damai untuk pembangunan berkelanjutan, menyediakan akses keadilan untuk semua, dan membangun kelembagaan yang efektif, akuntabel, dan inklusif di semua tingkatan.	<i>Promote peaceful and inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels.</i>
<b>Tujuan 17: Kemitraan untuk Mencapai Tujuan</b>	Menguatkan sarana pelaksanaan dan merevitalisasi kemitraan global untuk pembangunan berkelanjutan.	<i>Strengthen the means of implementation and revitalize the Global Partnership for Sustainable Development.</i>

Penggunaan dan penyebutan istilah *Sustainable Development Goals (SDGs)* relatif populer secara global dan telah disosialisasikan melalui berbagai forum, koordinasi, kegiatan komunikasi, advokasi dan liputan media. Di tingkat nasional, Kementerian PPN/BAPPENAS bersama Pusat Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan serta para pemangku kepentingan telah secara resmi menerjemahkan istilah SDGs menjadi Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) untuk mewujudkan kesamaan pemahaman tentang SDGs. Lebih lanjut, aturan kapan harus menggunakan istilah SDGs atau TPB/SDGs yaitu:

- Istilah ***Sustainable Development Goals (SDGs)*** dapat digunakan secara umum dalam segala kegiatan, dokumen dan materi terkait SDGs, misalnya: sosialisasi, workshop, pelatihan, presentasi, laporan, wawancara, jumpa pers, siaran, berita, materi cetak, brosur, banner, backdrop, media sosial, video, dan lain-lain.
- Istilah **Tujuan Pembangunan Berkelanjutan/Sustainable Development Goals (TPB/SDGs)** lebih dianjurkan untuk penggunaan pada: kegiatan-kegiatan seperti tersebut di atas, materi, pedoman teknis, laporan dan dokumen resmi pemerintahan. Secara khusus, tujuan penggunaan TPB/SDGs adalah agar lebih mudah dipahami terutama oleh pemerintah daerah dan masyarakat yang belum memahami TPB/SDGs dan terjemahan resmi 17 Tujuannya dalam Bahasa Indonesia.

## LOGO DAN IKON RESMI TPB/SDGS YANG DIGUNAKAN SECARA GLOBAL.



## TERJEMAHAN RESMI LOGO TPB/SDGS KE DALAM BAHASA INDONESIA.




## C. Pilar-pilar Pembangunan TPB/SDGs di Indonesia

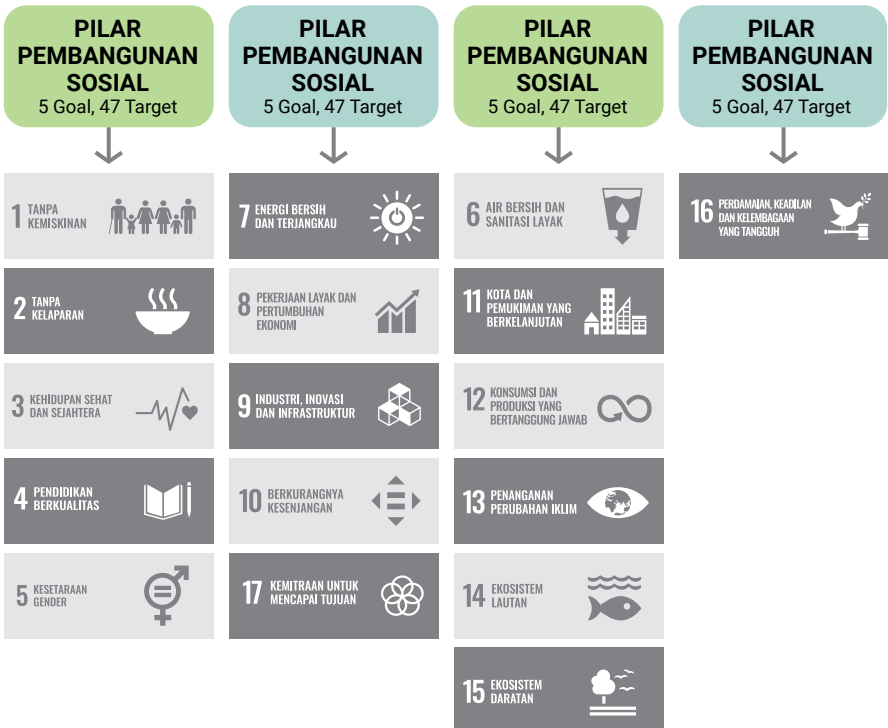
Untuk memudahkan pelaksanaan dan pemantauan, 17 Tujuan dan 169 target TPB/SDGs dikelompokkan ke dalam empat pilar yaitu:

- Pilar pembangunan sosial: meliputi **Tujuan 1, 2, 3, 4 dan 5**
- Pilar pembangunan ekonomi: meliputi **Tujuan 7, 8, 9, 10 dan 17**
- Pilar pembangunan lingkungan: meliputi **Tujuan 6, 11, 12, 13, 14 dan 15**
- Pilar pembangunan hukum dan tata kelola: meliputi **Tujuan 16**

Meskipun terbagi dalam masing-masing pilar, namun dalam pelaksanaan keempat pilar tersebut saling berkaitan dan saling mendukung seperti digambarkan dalam bagan di bawah ini.

### TUJUAN, TARGET DAN INDIKATOR DALAM EMPAT PILAR SDGS

 **17 GOAL, 169 TARGET**







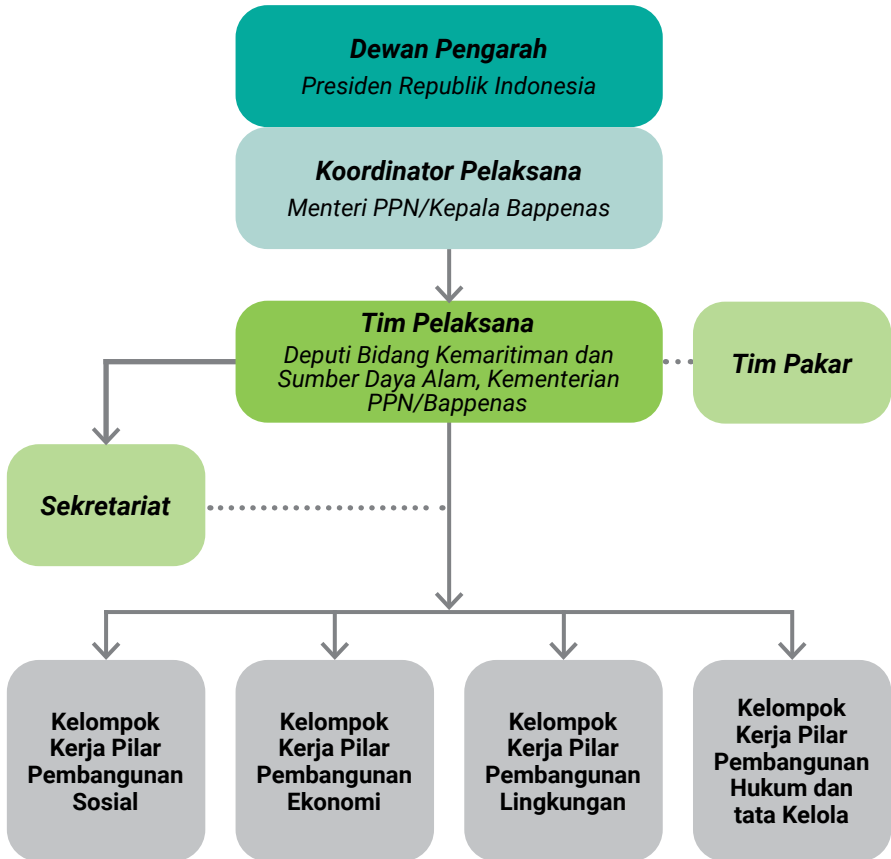
### III. STRUKTUR ORGANISASI SDGS DI INDONESIA

#### A. Tim Koordinasi Nasional TPB/SDGs

Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 59 tahun 2017 tentang Pelaksanaan Pencapaian TPB/SDGs, Pemerintah Indonesia memberikan mandat kepada Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (PPN)/BAPPENAS untuk mengkoordinasi pengintegrasian SDGs ke dalam rencana pembangunan nasional. Peran koordinasi tersebut meliputi pengawasan dan evaluasi, pelaporan perkembangan pencapaian target dan indikator SDGs, mendorong ketersediaan anggaran dari sumber-sumber negara dan non-negara, dan pembentukan Tim Koordinasi Nasional SDGs untuk mengarahkan upaya pembangunan di tingkat nasional dan daerah. Tim Koordinasi Nasional SDGs bertugas memantapkan komitmen kuat dari tingkat nasional ke daerah dan sinergi kerja dari berbagai Kementerian/Lembaga serta para pemangku kepentingan untuk pelaksanaan dan upaya pencapaian SDGs di Indonesia.

Tim Koordinasi Nasional SDGs terdiri dari: Dewan Pengarah, Menteri PPN/Kepala BAPPENAS sebagai Koordinator Pelaksana, Tim Pelaksana, Tim Pakar, Sekretariat dan Kelompok Kerja untuk empat pilar pembangunan Sosial, Ekonomi, Lingkungan dan Tata Kelola. Pembentukan struktur organisasi SDGs di tingkat daerah mengikuti struktur Tim Koordinasi Nasional SDGs ini.

## STRUKTUR TIM KOORDINASI NASIONAL TPB/SDGS INDONESIA



Anggota Tim Pelaksana dan Kelompok Kerja Terdiri atas **4 Platform** (Pemerintah dan Parlemen; Organisasi Masyarakat dan Media; Filantrophy dan Pelaku Usaha; Pakar dan Akademisi)

## IV TUJUAN KOMUNIKASI

### A. Tujuan Utama Strategi Komunikasi

Tujuan utama penyusunan Panduan Komunikasi Pelaksanaan Pencapaian SDGs Indonesia ini adalah untuk meningkatkan kesadaran (*awareness*), minat (*interest*) dan partisipasi semua pihak terhadap pencapaian SDGs di Indonesia. Panduan Komunikasi ini juga akan menjadi dasar untuk berbagai kegiatan komunikasi dan advokasi SDGs Indonesia yang dilakukan di tingkat nasional dan daerah maupun program-program komunikasi SDGs lain dari para pemangku kepentingan.

Sementara dalam pelaksanaan kegiatan, pendekatan strategi komunikasi SDGs yang digunakan adalah pendekatan *Awareness, Interest, Searching, Action and Sharing (AISAS)*. Seperti uraian di bawah, pendekatan komunikasi akan melalui tahap-tahap; membangun kesadaran (*awareness*), menciptakan minat (*interest*), menginisiasi pencarian (*searching*) isu-isu SDGs, menciptakan aksi (*action*) dan berbagi (*sharing*) pengetahuan, pengalaman atau pembelajaran.

#### PENDEKATAN STRATEGI KOMUNIKASI

Membangun <b>AWARENESS</b>	Menciptakan <b>INTEREST</b>	Inisiatif <b>SEARCHING</b>	Menciptakan <b>ACTION</b>	Melakukan <b>SHARING</b>
Menciptakan pengenalan program.	Membangun ketertarikan.	Menyediakan sarana informasi	Mendorong partisipasi pelaku	Memanfaatkan dokumentasi sebagai sumber percontohan.
Memperkenalkan tujuan dan sasaran program.	Menguraikan manfaat timbal balik.	Menyediakan data yang dibutuhkan	Menyediakan paket-paket program dan panduannya.	Penyelenggaraan forum berbagi stakeholders
Memahami hambatan dan tantangan.	Menjelaskan program kesertaan.	Informasi sentra-sentra SDGs	Menetapkan KPI	Praktik baik atau best practice
Mejelaskan manfaat dan hasil yang diharapkan.	Menguraikan insentif program	Menetapkan jenis medium sebagai sumber informasi	Melakukan dokumentasi, koordinasi, pengawasan dan evaluasi.	Pemaparan evaluasi dan koreksi.

Sumber: Fortune PR

Sebagai panduan perencanaan dan pemantauan kegiatan komunikasi maka perlu dikembangkan Rencana Kerja Komunikasi yang bertujuan membantu merealisasikan Strategi Komunikasi melalui unit-unit kegiatan yang dapat diukur dengan *Key Performance Indicators (KPI)*. Pembuatan Rencana Kerja Komunikasi ini dapat dilakukan untuk periode per semester, per tahun, bahkan per tiga dan lima tahun. Sementara perumusan jenis-jenis kegiatan dan pemetaan sumber daya (*resources*) dapat dilakukan dengan memperhatikan tahap-tahap pendekatan *Awareness, Interest, Searching, Action and Sharing (AISAS)* tersebut di atas.

Dalam perumusan Rencana Kerja Komunikasi, elemen-elemen yang harus disertakan yaitu:

- a. Tujuan strategis yang ingin dicapai;
- b. Outcome (hasil) adalah suatu keluaran (*output*) yang dapat langsung digunakan atau hasil nyata dari suatu output, segala sesuatu yang mencerminkan berfungsinya *output* dari kegiatan-kegiatan dalam suatu program;
- c. *Output* (keluaran) adalah sesuatu yang terjadi akibat proses tertentu dengan menggunakan masukan atau input yang telah ditetapkan;
- d. Target audience atau khalayak yang menjadi sasaran suatu kegiatan komunikasi ;
- e. Jadwal atau *deadline* suatu kegiatan harus selesai dilakukan atau dicapai;
- f. Penanggung jawab dan pihak-pihak yang dapat membantu kegiatan tersebut;
- g. Anggaran kegiatan.

## Contoh Rencana Kegiatan Komunikasi

TUJUAN STRATEGIS 1: Membantu pengarusutamaan pengetahuan, kegiatan dan hasil SDGs/TPB di Indonesia								
OUTCOME	OUTPUT	SASARAN (AUDIENCE)	TARGET TAHUNAN			JADWAL	PICUSUPPORT	ANGGARAN
			2017	2018	2019			
1.1: Membuat materi-materi informasi dan komunikasi yang berorientasi pada peningkatan pengarusutamaan pengetahuan, kegiatan dan hasil SDGs/TPB di Indonesia	1.1.1: Membuat dan meng-update lembar informasi dan infografik SDGs/TPB	Minimal 300 lembar tercetak dan terdistribusi	Minimal 300 lembar tercetak dan terdistribusi	Minimal 300 lembar tercetak dan terdistribusi	On-going	Tim Koordinasi Nasional SDGs/ Sekretariat SDGs		
	1.1.2: Membuat newsletter SDGs/TPB per semester	Minimal 300 lembar tercetak dan terdistribusi	Minimal 300 lembar tercetak dan terdistribusi	Minimal 300 lembar tercetak dan terdistribusi	Juli dan Desember	Tim Koordinasi Nasional SDGs/ Sekretariat SDGs		
	1.1.3: Membuat Joint Desk Calendar (events) dan membantu pelaksanaannya	Update sesuai kebutuhan	Update sesuai kebutuhan	Update sesuai kebutuhan	On-going	Tim Koordinasi Nasional SDGs/ Sekretariat SDGs		
1.2: Media briefings dan pelatihan untuk jurnalis media nasional dan daerah.	1.2.1: Media briefings terkait isu-isu penting SDGs/TPB, prioritas pembangunan nasional, dan hal-hal tematik lainnya	Media nasional dan daerah (jurnalis dan redaktur)	Minimal 10 orang jurnalis mengikuti setiap briefing per semester	Minimal 15 orang jurnalis mengikuti setiap briefing per semester	Minimal 15 orang jurnalis mengikuti setiap briefing per semester	Tim Koordinasi Nasional SDGs/ Sekretariat SDGs		

Sumber: Sekretariat Nasional SDGs

## B. Mengukur Keberhasilan Kegiatan Komunikasi SDGs

Untuk mengukur keberhasilan dan menganalisis tantangan pelaksanaan kegiatan komunikasi SDGs, dapat dilakukan melalui pengembangan Key Performance Indicators (KPI). KPI akan memberikan informasi sejauh mana kita telah berhasil mewujudkan sasaran strategis yang ditetapkan. Dalam menyusun KPI, indikator kinerja harus ditetapkan dengan metode SMART; Specific (target harus spesifik, detail dan terfokus); Measurable (dapat diukur); Achievable (target yang telah ditetapkan realistis dan dapat dicapai, ada nilai atau hasil peningkatan); Relevant (target yang dipilih merupakan aspek-aspek yang relevan dan berkaitan dengan tugas pokok); Time (waktu untuk mencapai target). Beberapa elemen yang umumnya ada dalam KPI meliputi;

- Sasaran strategis atau area kinerja utama (key result area atau KRA);
- KPI (didefinisikan apa yang menjadi tolak ukur pencapaian dari KRA dan tugas-tugas);
- Bobot (bobot setiap KRA jika dijumlah harus 100, agar diketahui tugas yang menjadi prioritas);
- Target (KPI yang harus tercapai);
- Bobot dan Target (jika dikombinasikan dengan nilai realisasi akan berpengaruh pada scoring).

Cara menghitung KPI yaitu akhir periode penilaian KPI adalah dengan menambahkan satu kolom Realisasi. Misalnya KRA Hubungan Masyarakat dengan tugas liputan event. Jumlah liputan event perbulan yang harus dicapai adalah 20 liputan (kolom 2E). Jika bulan ini hanya tercapai 15 (F) maka skor pencapaian kinerja adalah 75 dari skala 100 ( $G = F \text{ dibagi } E \times 100$ ). Skor G ini akan dikalikan dengan Bobot (D) untuk mendapatkan Skor akhir ( $H = G \times D : 100$ ). Total skor akhir yang dijumlahkan inilah yang menjadi nilai pencapaian kinerja di periode penilaian KPI

### Contoh Key Performance Indicator untuk Kegiatan Komunikasi SDGs

No	Sasaran Strategis	Key Performance Indicator	Bobot	Target	Realisasi	Skor	Skor Akhir
A	B	C	D	E	F	G	H
						(F/E) x100	(GxD) /100
1	Peningkatan Kesadaran (awareness)	Penyelenggaraan events	15	100%	70%	70	10,50
		Kampanye media sosial	20	80	85	106	15,94
2	Hubungan Masyarakat	Komunikasi publik	20	30	28	93	18,60
		Liputan media kegiatan SDG	20	20	15	75	15,00
3	Berbagi Pengetahuan	Partisipasi dalam workshops	15	30	20	66,6	9,90
		Pembicara Kuliah umum	10	30	10	33,3	3,33
<b>TOTAL</b>			<b>100</b>				<b>73,27</b>

Keterangan: Data simulasi

Seperti tampak pada tabel contoh pengukuran KPI di atas, dapat diketahui bahwa pengukuran tiga sasaran strategis atau indikator-indikator kegiatan memiliki skor akhir 73,27 dari bobot maksimal 100. Kemudian untuk mendapatkan skor performance, hitunglah nilai KPI dengan membuat skala, misalnya: skala 1-25 untuk kurang; skala 26-50 untuk cukup; skala 51-75 untuk baik; skala 76-100 untuk sangat baik. Skala tersebut akan membantu kita menganalisis kegiatan apa saja yang perlu ditindaklanjuti dan ditingkatkan, termasuk resources apa yang dibutuhkan.

Mengukur KPI kegiatan-kegiatan komunikasi dapat dilakukan secara periodik; per bulan, triwulan, semester, tahunan, tergantung kebutuhan dan target yang ingin dicapai. Untuk KPI tahap-tahap awal kegiatan komunikasi SDGs misalnya dapat dibuat untuk periode tahunan (2017) atau tiga tahunan (2017–2019) dengan hanya memilih indikator-indikator penting, yaitu untuk mengukur awareness, interest dan partisipasi.

Metode yang digunakan adalah melalui survei kuantitatif atau wawancara dengan cakupan kota/kabupaten atau setiap provinsi dinilai dengan perwakilan (sample) satu kota dan satu kabupaten. Dengan skor KPI yang diperoleh, maka dapat diukur pula tingkat awareness atau pengetahuan tentang SDGs dari para pemangku kepentingan sehingga akuntabilitas kegiatan komunikasi dapat tercapai. Hal ini juga sangat membantu dalam tahap penetapan tujuan dan kegiatan-kegiatan komunikasi yang strategis untuk tahun-tahun berikutnya.

## V. STRATEGI KOMUNIKASI

### A. Sasaran Pesan Komunikasi SDGs

Memahami sasaran utama atau kepada siapa pesan-pesan komunikasi SDGs akan disampaikan sangat penting untuk proses perumusan dan penyampaian pesan yang efektif. Sasaran utama pesan komunikasi SDGs di Indonesia terbagi dalam empat platform: Pemerintah dan Parlemen, Akademisi dan Pakar, Filantropi dan Pelaku Usaha, Organisasi Kemasyarakatan dan Media.

#### Model Jalur Pendekatan Komunikasi untuk Pemangku Kepentingan TPB/SDGs



Sumber: Fortune PR

Pemangku Kepentingan	Stakeholder Sasaran	Model Komunikasi
Pemerintah dan Parlemen (atau sebaliknya)	Filantropi dan Pelaku Usaha	Forum negara, Forum bisnis atau asosiasi, Malam dana, dll.
	Akademisi dan Pakar	Forum Akademisi, Jurnal, FGD, workshop, dll.
	Organisasi Kemasyarakatan dan Media	Hubungan media, kunjungan kerja, forum media, dll.
Filantropi dan Pelaku Usaha (atau sebaliknya)	Organisasi Kemasyarakatan dan Media	Hubungan media, media sosial, corporate communication, dll.
Akademisi dan Pakar (atau sebaliknya)	Organisasi Kemasyarakatan dan Media	Forum Akademi, Forum media, dll.
Organisasi Kemasyarakatan dan Media (atau sebaliknya)	Publik	Media massa, media sosial, dll.





## B. Pesan Utama Komunikasi SDGs Indonesia

Pesan utama atau key message SDGs Indonesia dirumuskan bersama para pemangku kepentingan untuk menciptakan konsistensi pesan dan persamaan persepsi terhadap maksud dan tujuan yang hendak dicapai melalui pelaksanaan SDGs di Indonesia. Secara hirarkis, pesan utama SDGs Indonesia meliputi tiga bagian; Pesan Utama (pesan payung) SDGs Indonesia, Pesan setiap Pilar dan Pesan masing-masing 17 Tujuan. Struktur pesan payung, pesan empat pilar pembangunan dan masing-masing Tujuan dalam SDGs seperti dijelaskan di bawah. Setiap pihak yang akan menyampaikan pesan SDGs, diharapkan mengacu pada kerangka besar SDGs, Pilar SDGs maupun masing-masing Tujuan SDGs dengan kesadaran bahwa antar Tujuan antar Pilar Pembangunan terdapat keterkaitan satu sama lain dan tidak dapat dipisahkan.

<b>Pesan Utama Sustainable Development Goals (SDGs)</b>
Meningkatkan kualitas hidup manusia, lingkungan dan kesejahteraan bangsa Indonesia yang berkelanjutan tanpa satu pun yang tertinggal.
<b>Pesan Utama Pilar Pembangunan Sosial</b>
Pembangunan sosial SDGs adalah tercapainya pemenuhan hak dasar manusia yang berkualitas secara adil dan setara untuk meningkatkan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat.
<b>Pesan Utama Pilar Pembangunan Ekonomi</b>
Pembangunan ekonomi SDGs adalah tercapainya pertumbuhan ekonomi berkualitas melalui keberlanjutan peluang kerja dan usaha, inovasi, industri inklusif, infrastruktur memadai, energi bersih yang terjangkau dan didukung kemitraan.
<b>Pesan Utama Pilar Pembangunan Lingkungan</b>
Pembangunan lingkungan SDGs adalah tercapainya pengelolaan sumberdaya alam dan lingkungan yang berkelanjutan sebagai penyangga seluruh kehidupan.
<b>Pesan Utama Pilar Pembangunan Hukum dan Tata Kelola</b>
Pembangunan Hukum dan Tata Kelola SDGs adalah terwujudnya kepastian hukum dan tata kelola yang efektif, transparan, akuntabel dan partisipatif untuk menciptakan stabilitas keamanan dan mencapai negara berdasarkan hukum.

## PESAN UTAMA PILAR PEMBANGUNAN SOSIAL

Pembangunan sosial SDGs adalah tercapainya pemenuhan hak dasar manusia yang berkualitas secara adil dan setara untuk meningkatkan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat.

<p><b>1</b> TANPA KEMISKINAN</p> 	<p><b>Pesan Utama Tujuan 1: Tanpa Kemiskinan</b></p> <p>Peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui penyediaan perlindungan sosial dan akses terhadap pelayanan dasar.</p>
<p><b>2</b> TANPA KELAPARAN</p> 	<p><b>Pesan Utama Tujuan 2: Tanpa Kelaparan</b></p> <p>Penurunan angka kelaparan dan perbaikan status gizi melalui produktivitas, akses dan keamanan pangan yang berkelanjutan.</p>
<p><b>3</b> KEHIDUPAN SEHAT DAN SEJAHTERA</p> 	<p><b>Pesan Utama Tujuan 3: Kehidupan Sehat dan Sejahtera</b></p> <p>Penurunan risiko penyakit menular dan tidak menular dan kematian ibu dan anak/bayi melalui peningkatan jaminan dan akses pelayanan kesehatan yang berkualitas dan perilaku hidup sehat.</p>
<p><b>4</b> PENDIDIKAN BERKUALITAS</p> 	<p><b>Pesan Utama Tujuan 4: Pendidikan Berkualitas</b></p> <p>Peningkatan taraf pendidikan penduduk dan mencerdaskan kehidupan bangsa melalui peningkatan akses dan kualitas pendidikan dasar dan menengah.</p>
<p><b>5</b> KESETARAAN GENDER</p> 	<p><b>Pesan Utama Tujuan 5: Kesetaraan Gender</b></p> <p>Pencapaian kesetaraan dan keadilan gender di berbagai bidang melalui penghilangan diskriminasi dan kekerasan terhadap perempuan dan anak perempuan.</p>

## PESAN UTAMA PILAR PEMBANGUNAN EKONOMI

Pembangunan ekonomi SDGs adalah tercapainya pertumbuhan ekonomi berkualitas melalui keberlanjutan peluang kerja dan usaha, inovasi, industri inklusif, infrastruktur memadai, energi bersih yang terjangkau dan didukung kemitraan.

<p><b>7</b> ENERGI BERSIH DAN TERJANGKAU</p> 	<p><b>Pesan Utama Tujuan 7: Energi Bersih dan Terjangkau</b> Penggunaan energi bersih, terjangkau dan efisien.</p>
<p><b>8</b> PEKERJAAN LAYAK DAN PERTUMBUHAN EKONOMI</p> 	<p><b>Pesan Utama Tujuan 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi</b> Ketersediaan lapangan kerja dan tenaga kerja yang memadai dan berkualitas.</p>
<p><b>9</b> INDUSTRI, INOVASI DAN INFRASTRUKTUR</p> 	<p><b>Pesan Utama Tujuan 9: Industri, Inovasi dan Infrastruktur</b> Mewujudkan industri yang efisien, produktif, inovatif dan kompetitif, serta infrastruktur yang memadai.</p>
<p><b>10</b> BERKURANGNYA KESENJANGAN</p> 	<p><b>Pesan Utama Tujuan 10: Berkurangnya Kesenjangan</b> Pengurangan kesenjangan untuk kehidupan yang berkeadilan, inklusif, aman dan kondusif.</p>
<p><b>17</b> KEMITRAAN UNTUK MENCAPAI TUJUAN</p> 	<p><b>Pesan Utama Tujuan 17: Kemitraan untuk Mencapai Tujuan</b> Kemitraan dengan seluruh pemangku kepentingan untuk mencapai Tujuan (Goals).</p>

## PESAN UTAMA PILAR PEMBANGUNAN LINGKUNGAN

Pembangunan lingkungan SDGs adalah tercapainya pengelolaan sumberdaya alam dan lingkungan yang berkelanjutan sebagai penyangga seluruh kehidupan.

**6** AIR BERSIH DAN SANITASI LAYAK



### Pesan Utama Tujuan 6: Air Bersih dan Sanitasi Layak

Penyediaan air dan sanitasi yang cukup, aman, dan terjangkau secara berkelanjutan.

**11** KOTA DAN PEMUKIMAN YANG BERKELANJUTAN



### Pesan Utama Tujuan 11: Kota dan Pemukiman yang Berkelanjutan

Mewujudkan keamanan, kenyamanan keteraturan kota dan permukiman yang berkelanjutan.

**12** KONSUMSI DAN PRODUKSI YANG BERTANGGUNG JAWAB



### Pesan Utama Tujuan 12: Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung jawab

Pemanfaatan sumber daya alam yang efisien dan bertanggung jawab, serta perilaku ramah lingkungan.

**13** PENANGANAN PERUBAHAN IKLIM



### Pesan Utama Tujuan 13: Penanganan Perubahan Iklim

Ketangguhan dalam mengurangi kerugian sosial, ekonomi dan lingkungan akibat dampak bencana dan perubahan iklim.

**14** EKOSISTEM LAUTAN



### Pesan Utama Tujuan 14: Ekosistem Lautan

Ketersediaan dan keberlanjutan sumber daya kelautan untuk kecukupan protein hewani dari ikan, serta sumber bahan baku industri hasil laut.

**15** EKOSISTEM DARATAN



### Pesan Utama Tujuan 15: Ekosistem Daratan

Ketersediaan dan keberlanjutan sumber daya hayati untuk perekonomian, sumber pangan, sumber air dan udara yang bersih.

**Pembangunan Hukum dan Tata Kelola SDGs adalah terwujudnya kepastian hukum dan tata kelola yang efektif, transparan, akuntabel dan partisipatif untuk menciptakan stabilitas keamanan dan mencapai negara berdasarkan hukum.**

**16** PERDAMAIAN, KEADILAN  
DAN KELEMBAGAAN  
YANG TANGGUH



**Pesan Utama Tujuan 16: Perdamaian, Keadilan dan Kelembagaan yang Tangguh**

Mewujudkan kepastian hukum dan tata kelola yang efektif, transparan, akuntabel dan partisipatif.

### C. Karakteristik Komunikasi SDGs

Pencapaian Agenda 2030 adalah kepentingan bersama yang harus didukung dengan pendekatan koordinasi, komunikasi dan advokasi yang tepat untuk memperkuat kemitraan dan komitmen semua pemangku kepentingan. Agar kebutuhan tersebut terpenuhi, maka strategi komunikasi SDGs harus mendapatkan perhatian khusus dan dukungan sumber daya yang cukup. Adapun karakteristik komunikasi SDGs yang akan lebih mengena atau tepat sasaran adalah jika:

1. Pesan-pesan SDGs disampaikan dengan cara yang menyenangkan (*fun*), mudah dipahami, menggunakan bahasa keseharian yang ringan dan tidak menggurui;
2. Nada (*tone*) dan corak (*manner*) komunikasi SDGs bersifat positif, optimis dan menggugah kesadaran para pemangku kepentingan untuk berpartisipasi aktif mendukung SDGs;
3. Disesuaikan dengan adat istiadat yang positif di daerah masing-masing (*local wisdom*);
4. Kegiatan-kegiatan komunikasi dan advokasi SDGs dilakukan dalam bentuk yang kreatif, menggunakan media yang tepat, melibatkan semua pemangku kepentingan;
5. Berorientasi pada hasil atau terciptanya perubahan perilaku (*behavior change*).



## D. Kode Etik Komunikasi

Dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan komunikasi SDGs, beberapa ‘aturan main’ atau “*do and don’ts*” harus dipatuhi agar tidak terjadi kesalahan dan pelanggaran kode etik. Aturan main tersebut meliputi antara lain:

- a. Penggunaan penamaan SDGs yang benar, terjemahan resmi, logo yang resmi, warna, peletakan logo selain logo SDGs (logo perusahaan, logo pemerintah), dll. (akan dijelaskan lebih lanjut di bawah);
- b. Tidak menyinggung Suku, Agama, Ras dan Antargolongan (SARA); isu-isu politik dan melanggar kode etik atau regulasi yang berlaku;
- c. Menggunakan data dan informasi yang valid dengan mencantumkan sumbernya (data yang disepakati oleh semua stakeholders; misalnya data dari Badan Pusat Statistik (BPS), kementerian/lembaga, lembaga riset dan organisasi kemasyarakatan).

### A. Media Offline

Media offline adalah semua jenis saluran komunikasi yang tidak berbasis internet, meliputi: rapat, diskusi kelompok terarah (focus group discussion/FGD), workshop, event, cetak, TV dan radio.

#### Rapat dan FGD:

Pertemuan-pertemuan untuk koordinasi maupun diskusi kelompok terarah adalah saluran komunikasi yang memiliki kelebihan dari aspek tatap muka, interaksi dan komunikasi langsung sehingga pesan-pesan dapat disampaikan dengan lebih leluasa. Selain berfungsi sebagai sarana berbagi informasi, perkembangan dan hasil yang dibahas dalam rapat dapat diseleksi untuk penulisan artikel website, media sosial dan newsletter atau lembar berita kegiatan.



Foto: Sekretariat SDGs  
Rapat untuk meninjau laporan akhir Voluntary National Review (VNR) SDGs/TPB 2017.

#### Workshop:

Pelatihan topik-topik SDGs untuk sosialisasi ataupun peningkatan kapasitas baik yang dilakukan di tingkat nasional maupun daerah dan melibatkan para pemangku kepentingan. Misalnya dalam bentuk simposium, forum, dan lain-lain.



Foto: Jeffrey Sach Center  
ASEAN Ministers Workshop 2017 yang berlangsung di Malaysia pada 24-25 April 2016 membahas Tantangan SDGs di ASEAN.

#### Event:

Kegiatan ini biasanya bersifat melibatkan dan menggerakkan massa (public mobilization), pertunjukan, perayaan, forum dan pameran. Untuk meningkatkan kesadaran (awareness) para pemangku kepentingan dan masyarakat, advokasi dan berbagi pengetahuan



Foto: Kementerian PPN/Bappenas  
Peringatan SDGs Festival, 05-07 Oktober 2019, Bertempat di Plaza Senayan Jakarta

### Media Cetak:

Sasaran utamanya adalah media dengan cakupan nasional sambil memperkuat pemberitaan di media lokal. Faktor-faktor strategis yang harus diperhatikan dalam penggunaan media cetak adalah;

- a) Apakah cocok dengan sasaran dan pesan yang akan disampaikan;
- b) Bentuk komunikasi apakah liputan, iklan, advertorial, suplemen, dll. karena terkait pendanaan;
- c) Melakukan media monitoring melalui Key Performance Index untuk mengukur keberhasilan



Foto: Kompas, 23 Oktober 2019.  
Berita tentang SDGs Annual Conference 2019, yang bertempat di Hotel Fairmont, Jakarta

### TV dan Radio:

Tayangan dan siaran di kedua media elektronik ini masih terkategori offline selama belum terintegrasi dengan internet. Format program yang dapat dibuat misalnya; wawancara, talkshow, liputan acara, pertunjukan, iklan layanan masyarakat, features, dokumenter, film, dll.



Foto: Kementerian PPN/BAPPENAS  
Acara talk show Radio Elshinta di Gedung BAPPENAS bersama Menteri PPN/Kepala BAPPENAS, Bapak Bambang Brodjonegoro.





## B. Media Online

Media online adalah semua jenis saluran komunikasi yang terintegrasi dengan internet, misalnya: website, media sosial, cetak, TV dan radio.

### 1. Website SDGs Indonesia

[sdgs.bappenas.go.id](http://sdgs.bappenas.go.id) adalah salah satu saluran komunikasi yang sangat penting untuk berbagi informasi, memfasilitasi hubungan eksternal, promosi kegiatan dan berbagai materi lainnya. Website ini memiliki jumlah pengunjung cukup banyak dan merupakan saluran yang penting karena:

- Informasi yang diunggah meliputi dokumen, artikel kegiatan, dan laporan berpotensi besar menjangkau pembaca atau pengunjung dari berbagai negara (*international audience*).
- Dapat digunakan sebagai pusat pengelolaan pengetahuan (*knowledge management hub*) dan pengarsipan dokumen-dokumen penting.
- Dapat menjangkau beragam sasaran utama pesan dalam waktu singkat dan informasinya dapat diakses dimanapun dan kapanpun.



Website SDGs Indonesia ([sdgs.bappenas.go.id](http://sdgs.bappenas.go.id))

## 2. Publikasi Digital

Tim Koordinasi Nasional akan menyusun berbagai publikasi utama yang meliputi; lembar fakta infographic, lembar informasi, newsletter dan artikel untuk website.

## 3. Media Sosial

Empat akun resmi media sosial yang dikelola dan aktif digunakan oleh Sekretariat SDGs Indonesia adalah:

- Facebook Page (<https://www.facebook.com/SDGsIndonesia/>)
- Instagram ([https://www.instagram.com/sdgs\\_indonesia](https://www.instagram.com/sdgs_indonesia))
- Twitter ([https://twitter.com/SDGs\\_Indonesia](https://twitter.com/SDGs_Indonesia))
- YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCn2dc6y-Oh6blUymC7j8CYw>).

Facebook Page SDGs Indonesia.



## Instagram SDGs Indonesia.



The screenshot shows the Instagram profile for 'sdgs\_indonesia'. The profile picture is a circular logo with the text 'Sustainable Development Goals' and 'We support the Sustainable Development Goals'. The bio reads: 'SDGs Indonesia Sekretariat Nasional TPB/SDGs, Kementerian PPN/BAPPENAS. Agenda 2030 untuk Pembangunan Berkelanjutan "No-one Left Behind" sdgs.bappenas.go.id'. The profile has 101 posts, 4,016 followers, and 106 following. Below the bio are five story highlights: '2019 Konf...', 'SDGs Festi...', 'Messages', '2018 Konf...', and 'Highlights'. At the bottom, there are filters for 'POSTS', 'IGTV', 'SAVED', and 'TAGGED'.

## Twitter SDGs Indonesia.



The screenshot shows the Twitter profile for 'SDGs Indonesia' (@SDGs\_Indonesia). The profile picture is a circular logo with the text 'Kementerian PPN/BAPPENAS' and 'TUJUAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN'. The bio reads: 'Official Twitter account of SDGs in Indonesia. Managed by the SDGs Secretariat of Indonesia [migrated from our old account: @sdgsindonesia]. Jakarta Capital Region | sdgs.bappenas.go.id | Joined May 2017'. The profile has 155 following and 630 followers. A recent tweet from 'SDGs Indonesia' (@SDGs\_Indonesia) dated Jan 24, 2020, is visible, with the text: 'Wrap Up Meeting Scoping Mission INFF. Pertemuan ini dihadiri oleh Kementerian PPN/Bappenas, LNDG, Kemankam, dan PT IMA yang Membahas dan menetapkan hasil analisa scoping mission yang...'. The right sidebar shows 'You might like' recommendations for 'ONE Exports', 'Danuk Tamboris', and 'RANUNIBEDA'. The 'Trends for you' section shows '#RangkaianAjaranTanjung'.

## Youtube SDGs Indonesia.



Beberapa cara dan ide menarik untuk mengoptimalkan saluran-saluran komunikasi dalam rangka meningkatkan kesadaran dan membangun partisipasi stakeholders dapat dilakukan melalui:

- Pembuatan dan pengelolaan materi digital yang kreatif dan menarik untuk media sosial;
- Mengembangkan pola kerjasama (engagement) antarpemangku kepentingan untuk memastikan kegiatan berbagi informasi dan materi secara aktif, partisipatif dan berkesinambungan melalui media sosial;
- Penyelenggaraan events untuk sosialisasi SDGs atau peringatan hari-hari penting internasional terkait SDGs;
- Kampanye pesan-pesan SDGs melalui media massa dan internet (talkshow radio atau TV, pembuatan op-eds, suplemen, feature, liputan kegiatan, petisi, dll.);
- Melakukan pengawasan dan analisis untuk mengukur efektivitas kampanye sebagai dasar pengembangan kegiatan komunikasi dalam mendukung pelaksanaan pencapaian SDGs.

## VII PANDUAN PENGGUNAAN LOGO SDGs

### Logo SDGs versi terjemahan resmi Bahasa Indonesia

Logo dan ikon SDGs yang telah diterjemahkan secara resmi ke versi Bahasa Indonesia adalah seperti gambar di bawah. Logo tersebut dapat di download dari website SDGs Indonesia



### Logo, Tripografi, Ikon dan Warna Resmi SDGs versi Bahasa Inggris

Ketentuan lengkap untuk penggunaan logo, tipografi, ikon dan warna resmi SDGs secara global diatur dalam panduan yang dibuat oleh PBB dan dapat diunduh melalui tautan berikut: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/news/communications-material/>



## A. LOGO SDGs Vertikal

---

# LOGO VERTIKAL

LOGO YANG DIGUNAKAN SECARA GLOBAL

*colour version*

---



---

# LOGO VERTIKAL

TERJEMAHAN RESMI BAHASA INDONESIA

*colour version*

---



---

LIGHT GREY

PMS: Cool Gray 1C  
R 241 G 241 B 241  
C 4 M 3 Y 3 K 0

---

# LOGO VERTIKAL

TERJEMAHAN RESMI BAHASA INDONESIA

*white & black version*

---

 **TUJUAN**  
**PEMBANGUNAN**  
**BERKELANJUTAN**





## B. Logo SDGs Horizontal

---

# LOGO HORIZONTAL

LOGO YANG DIGUNAKAN SECARA GLOBAL

*colour version*

---

SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  GOALS

SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  GOALS

---

*LIGHT GREY*

PMS: Cool Gray 1C  
R 241 G 241 B 241  
C 4 M 3 Y 3 K 0

---

---

# LOGO HORIZONTAL

TERJEMAHAN RESMI BAHASA INDONESIA

*colour version*

---

TUJUAN  PEMBANGUNAN  
BERKELANJUTAN

TUJUAN  PEMBANGUNAN  
BERKELANJUTAN

---

*LIGHT GREY*

PMS: Cool Gray 1C  
R 241 G 241 B 241  
C 4 M 3 Y 3 K 0

---



---

# LOGO HORIZONTAL

TERJEMAHAN RESMI BAHASA INDONESIA

*white & black version*

---

**TUJUAN**  **PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN**

**TUJUAN**  **PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN**

---



## C. Spesifikasi Logo SDGs

Area bersih atau clearance area pembingkai semua sisi (garis-garis putus) untuk logo SDGs baik versi vertikal maupun versi horizontal adalah 0,35 inch persegi atau 2,25 cm persegi.

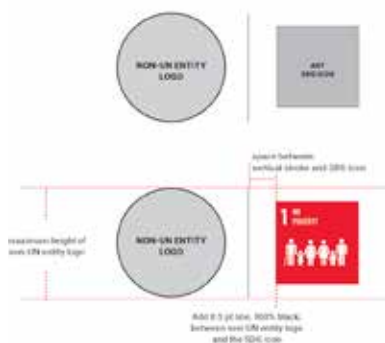


## D. Penggabungan Logo SDGs dengan Logo Lembaga Lain

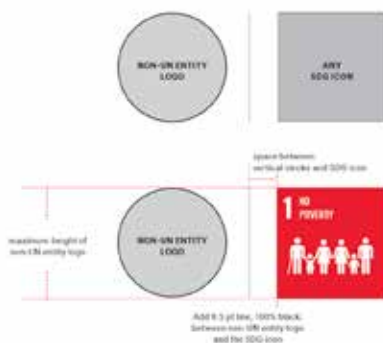
Untuk menyertakan logo lembaga/institusi, maka letakkan di sebelah kiri logo SDGs dan dibatasi dengan garis 100% hitam setebal 0.5 pt. Tinggi logo lembaga/institusi harus sejajar dengan logo SDGs ditambah jarak masing-masing 2,25 cm persegi pada semua sisi logo SDGs. Tambahan kalimat yang harus ada di bawah logo adalah “[nama lembaga/institusi] Mendukung Sustainable Development Goals/ Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs/TPB)”.

### FOR FUNDRAISING PURPOSES:

The logo of the non-UN entity must be given preeminence vis-à-vis the SDG Logo: Version 2, the SDG color wheel, or the 17 SDG icon(s) for fundraising use only.



### FOR COMMERCIAL PURPOSES



a.)



b.)



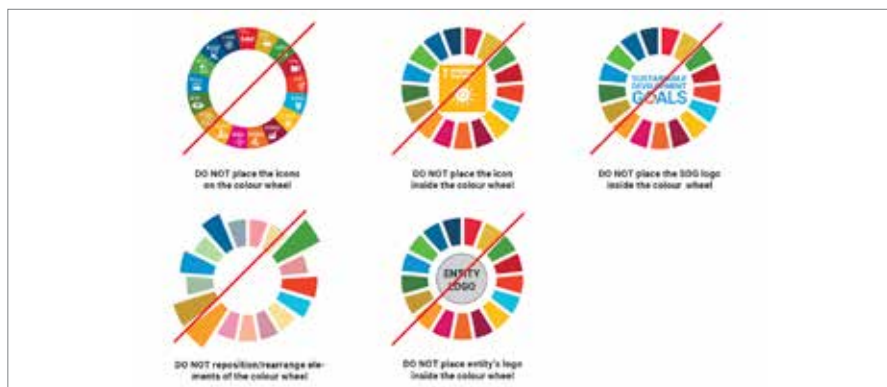
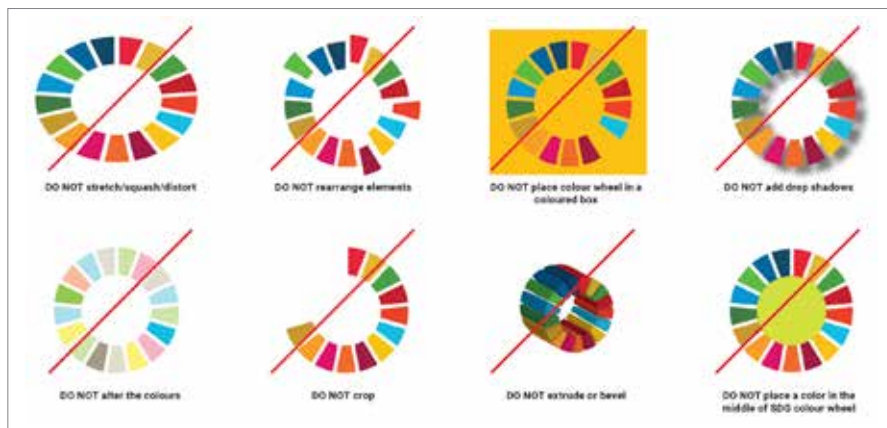
a) Logo SDGs: Harus disertai dengan teks: [Nama entitas Anda / Kami] mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan

b) Roda warna SDG harus disertai dengan teks: [Nama entitas Anda / Kami] mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan

Tidak ada tampilan berdampingan Logo SDGs: roda warna dan / atau SDGs dan logo entitas non-PBB diizinkan tanpa teks yang diperlukan seperti contoh

## E. Penggunaan Logo SDGs yang Salah

Di bawah ini adalah beberapa contoh penggunaan logo SDGs yang salah ditinjau dari aspek bentuk, ukuran, warna maupun ukuran huruf sehingga tidak boleh digunakan.





## F. Tipografi untuk Ikon dan Logo SDGs

Jenis huruf dan model tipografi yang dapat digunakan pada ikon dan logo SDGs adalah:

---

# JENIS HURUF IKON

FONT: OSWALD

---

OSWALD - MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
\*&%\$#!\1234567890

OSWALD - SEMIBOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
\*&%\$#!\1234567890

---

# JENIS HURUF LOGO

FONT: ROBOTO

---

ROBOTO - BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
\*&%\$#!\1234567890

ROBOTO - BLACK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
\*&%\$#!\1234567890

---

## G. Ikon Resmi Tujuan SDGs

Di bawah ini adalah beberapa contoh penggunaan logo SDGs yang salah ditinjau dari aspek bentuk, ukuran, warna maupun ukuran huruf sehingga tidak boleh digunakan.

### IKON 17 TUJUAN

TERJEMAHAN RESMI BAHASA INDONESIA

*colour version*



### IKON 17 TUJUAN

TERJEMAHAN RESMI BAHASA INDONESIA

*black version*



Masing-masing ikon versi ini hanya boleh digunakan dengan latar belakang warna putih (tanpa background warna). Masing-masing ikon dapat berupa ikon berwarna atau ikon warna hitam. Tidak diperkenankan mengganti warna masing-masing ikon.

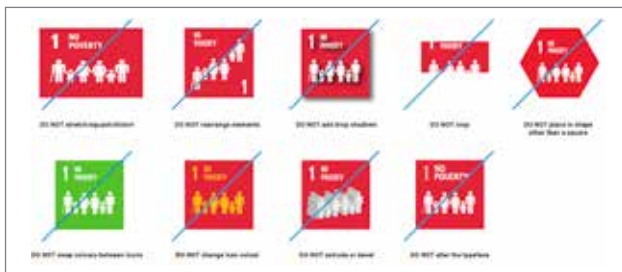
# IKON 17 TUJUAN

TERJEMAHAN RESMI BAHASA INDONESIA

*colour version*



Di bawah ini adalah beberapa contoh penggunaan logo SDGs yang salah ditinjau dari aspek bentuk, ukuran, warna maupun ukuran huruf sehingga tidak boleh digunakan.



## H. Panduan Warna Ikon Resmi Tujuan SDGs

Berikut ini adalah ketentuan warna resmi masing-masing ikon Tujuan SDGs yang harus diikuti dan tidak diperkenankan untuk diubah warna.



### GOAL 1:

PMS: 185 C  
C 1 M 100 Y 92 K 0  
R 229 G 36 B 59  
HEX: E5243B

### GOAL 2:

PMS: 7555 C  
C 18 M 37 Y 100 K 1  
R 221 G 166 B 58  
HEX: DDA63A

### GOAL 3

PMS: 7739 C  
C 81 M 15 Y 100 K 2  
R 76 G 159 B 56  
HEX: 4C9F38

### GOAL 4

PMS: 200 C  
C 16 M 100 Y 86 K 7  
R 197 G 25 B 45  
HEX: C5192D

### GOAL 5

PMS: BRIGHT RED C  
C 0 M 90 Y 94 K 0  
R 255 G 58 B 33  
HEX: FF3A21

### GOAL 6

PMS: 638 C  
C 62 M 7 Y 9 K 0  
R 38 G 189 B 226  
HEX: 26BDE2

### GOAL 7

PMS: 1235 C  
C 0 M 31 Y 100 K 0  
R 252 G 195 B 11  
HEX: FCC30B

### GOAL 8

PMS: 1955 C  
C 29 M 100 Y 70 K 27  
R 162 G 25 B 66  
HEX: A21942

### GOAL 9

PMS: 1585 C  
C 0 M 71 Y 98 K 0  
R 253 G 105 B 37  
HEX: FD6924

### GOAL 10

PMS: 219 C  
C 6 M 98 Y 9 K 0  
R 221 G 19 B 103  
HEX: DD1367

### GOAL 11

PMS: 1375 C  
C 0 M 45 Y 96 K 0  
R 253 G 157 B 36  
HEX: FD9D24

### GOAL 12

PMS: 131 C  
C 18 M 48 Y 100 K 2  
R 191 G 139 B 46  
HEX: BF8B2E

### GOAL 13

PMS: 7742 C  
C 74 M 32 Y 95 K 19  
R 63 G 126 B 68  
HEX: 3F7E44

### GOAL 14

PMS: 7461 C  
C 96 M 41 Y 6 K 0  
R 10 G 151 B 217  
HEX: 0A97D9

### GOAL 15

PMS: 361 C  
C 75 M 4 Y 100 K 0  
R 86 G 192 B 43  
HEX: 56C02B

### GOAL 16

PMS: 7462 C  
C 100 M 71 Y 22 K 5  
R 0 G 104 B 157  
HEX: 00689D

### GOAL 17

PMS: 294 C  
C 100 M 86 Y 29 K 23  
R 25 G 72 B 106  
HEX: 19486A

### LOGO

PMS: 2925 C  
C 80 M 20 Y 0 K 0  
R 0 G 158 B 219  
HEX: 009EDB





*We supports the Sustainable Development Goals*





Kementerian PPN/  
Bappenas