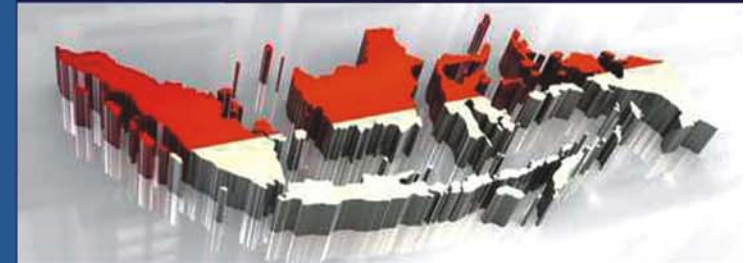




Katalog BPS: 2121211



PASTIKAN ANDA DIHITUNG



## PEDOMAN PELAKSANAAN KAMPANYE SENSUS PENDUDUK 2010

UNTUK BPS PROVINSI DAN BPS KABUPATEN/KOTA

Pedoman Publisitas SP2010

Buku : **9b**



**BADAN PUSAT STATISTIK**

Jl. dr. Sutomo No. 6-8 Jakarta 10710  
Telp. : (021) 3841195, 3842508, 3810291-4, Fax. : (021) 3857046  
Homepage : <http://www.bps.go.id> E-mail : [bpsdq@bps.go.id](mailto:bpsdq@bps.go.id)

## KATA PENGANTAR

Sebagai pengemban amanat Undang-undang Nomor 16 Tahun 1997 Pasal 11 tentang Statistik dan sejalan dengan rekomendasi PBB mengenai sensus penduduk dan perumahan sekitar tahun 2010, BPS akan menyelenggarakan sensus penduduk pada tahun 2010. Sejumlah kegiatan persiapan telah dilakukan dalam tiga tahun terakhir ini dan saat ini merupakan puncak kegiatan yang jadwalnya sudah ditetapkan yaitu bulan Mei 2010.

Kegiatan Sensus Penduduk 2010 (SP2010) merupakan kegiatan nasional untuk memperoleh data dasar kependudukan yang sangat strategis untuk kepentingan perencanaan dan evaluasi pembangunan sampai wilayah administrasi terkecil. Oleh karena itu, semua pihak yang terlibat dalam kegiatan ini dituntut kerja keras serta memiliki semangat dan komitmen yang tinggi untuk mensukseskannya. Dalam kaitan ini perlu disadari secara penuh tanggung jawab bahwa kinerja Saudara sebagai petugas lapangan sangat menentukan (atau bahkan mungkin paling menentukan) keberhasilan SP2010 secara keseluruhan.

Buku ini berisi penjelasan mengenai target pelaksanaan kampanye, strategi kampanye, serta media publisitas yang digunakan dalam melaksanakan kampanye. Buku ini dibuat sebagai panduan bagi BPS Provinsi/Kabupaten/Kota dalam kegiatan kampanye SP2010 sehingga kegiatan Sensus Penduduk 2010 dapat tersosialisasikan dengan baik.

Selamat bekerja. Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa berkenan memberikan bimbingan-Nya kepada kita semua.

Jakarta, April 2009  
Kepala Badan Pusat Statistik

Ttd

Dr. Rusman Heriawan  
NIP 340003999



## DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi.....	iii
1. Pendahuluan.....	1
2. Target yang Hendak Dicapai.....	3
3. Strategi Kampanye.....	5
3.1 Gunakan Semua Cara: Inovasi BPS Provinsi/Kabupaten/Kota.....	5
3.2 Merangsang Partisipasi Aktif Masyarakat.....	5
3.3 Target <i>Audience</i> .....	6
3.4 Tim Kampanye BPS Prov/Kab/Kota.....	7
4. Media Publisitas.....	9
4.1 Logo, Maskot, dan Slogan SP2010.....	10
4.2 <i>Theme Song, Filler, dan Radio Spot</i> .....	13
4.3 <i>Leaflet/Pamflet</i> .....	14
4.4 Poster.....	18
4.5 <i>Standing Banner (X Banner)</i> .....	21
4.6 Baliho.....	23
4.7 Spanduk.....	24
4.8 Stiker Mobil.....	25
4.9 <i>T-Shirt</i> .....	27
4.10 Pin.....	28
4.11 Seminar Interdep.....	30
4.11.1 Maksud dan Tujuan.....	30
4.11.2 Waktu Pelaksanaan.....	30
4.11.3 Jumlah Peserta.....	30
4.11.4 Perlengkapan Penunjang.....	31
5. Media Publisitas Lainnya.....	33
Lampiran 1.....	36
Lampiran 2.....	37
Lampiran 3.....	38
Lampiran 4.....	39
Lampiran 5.....	40



# BAB 1

## PENDAHULUAN

---

Sensus Penduduk (SP) merupakan kegiatan besar yang setiap sepuluh tahun sekali dilaksanakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS). Pelaksanaan Sensus Penduduk 2010 (SP2010) diharapkan semakin maksimal sehingga data kependudukan Indonesia semakin berkualitas. Harapan ini dapat terwujud bila seluruh penduduk Indonesia berpartisipasi aktif menyukseskan kegiatan tersebut.

Besarnya cakupan responden dalam SP2010, yang meliputi seluruh penduduk Indonesia, dan waktu pelaksanaan yang tidak lama menjadi tantangan dan batasan dalam pelaksanaan SP2010. Untuk itu, proses penyebarluasan informasi mengenai fokus, muatan, dan manfaat SP2010 perlu dilakukan sejak dini. Harapannya, dengan meningkatnya pemahaman masyarakat terhadap pentingnya SP2010, maka kegiatan pencacahan tidak menemukan kendala yang berarti, seperti penolakan pendataan, pemberian jawaban yang tidak benar, dan bentuk kendala lainnya.

Terkait dengan kepentingan tersebut, BPS dan segenap jajarannya serta para pemangku kepentingan (*stakeholders*) terkait memandang perlu secara masif dan intensif melaksanakan kampanye SP2010 ke semua lapisan masyarakat, dari wilayah perkotaan sampai dengan wilayah terpencil. Alat bantu kampanye berupa atribut publisitas dan media penyampaiannya diperlukan untuk meningkatkan efektivitas kampanye. Keseragaman atribut publikasi dan strategi pemanfaatannya menjadi hal yang perlu diperhatikan agar kampanye SP2010 dapat menciptakan pemahaman yang sama dan positif di mata masyarakat.

Dengan menerapkan strategi kampanye yang sama dan berkesinambungan, diharapkan pada saat pelaksanaan kegiatan, masyarakat sudah tahu (*aware*) dengan kegiatan SP2010 dan dengan penuh kesadaran berpartisipasi aktif dalam memberikan jawaban yang benar. Berdasarkan kepentingan itulah, buku pedoman ini disusun untuk dapat dipergunakan sebagai acuan pelaksanaan kampanye SP2010 BPS.



# BAB 2

## TARGET YANG HENDAK DICAPAI

---

Target yang hendak dicapai dalam pelaksanaan kampanye SP2010 ini adalah supaya masyarakat **mengetahui** bahwa pada 1-31 Mei 2010 ada kegiatan Sensus Penduduk (SP), kemudian masyarakat merasa **tertarik** untuk mengetahui lebih banyak, merasa rugi bila tidak terdata, dan selanjutnya merasa perlu untuk **terlibat** aktif dalam pelaksanaan SP2010. Secara umum tujuan utama dari mengkampanyekan SP2010 adalah : **semua penduduk harus terhitung**.

<http://www.bps.go.id>





# BAB 3

## STRATEGI KAMPANYE

---

Kampanye SP2010 dalam pedoman ini adalah kegiatan penyampaian dan penyebarluasan pesan mengenai fokus, muatan, dan manfaat SP2010 kepada seluruh lapisan masyarakat. Strategi kampanye harus dilakukan secara efektif untuk memaksimalkan penyampaian dan penyebarluasan pesan. Strategi kampanye dilakukan baik melalui upaya mendorong partisipasi aktif komponen masyarakat maupun melalui media publisitas yang telah disiapkan. Suatu hal yang akan menjadi penekanan bahwa kampanye sensus penduduk tidak hanya dilakukan oleh BPS, melainkan oleh segenap komponen masyarakat.

Supaya kampanye SP2010 dapat mencapai tujuan utamanya maka perlu dilakukan identifikasi segmentasi sasaran dari masing-masing media publisitas yang digunakan dalam kampanye SP2010. Selain menentukan segmentasi sasaran, tidak kalah pentingnya adalah menentukan momen yang tepat dalam melaksanakan kampanye di tiap-tiap sasaran.

### 3.1 Gunakan Semua Cara : Inovasi BPS Provinsi/Kabupaten/Kota

Seluruh jajarannya dan keluarga BPS adalah petugas kampanye SP2010. Gunakan semua cara : interaksi personal langsung, kesempatan rapat dengan pemerintah daerah, kesempatan supervisi kegiatan rutin, liputan di media cetak dan elektronik, *short message service* (SMS), halaman *web*, *Facebook*, *e-mail*, telepon, milis, dan sejenisnya untuk menyampaikan pesan SP2010. Pedoman kampanye yang disiapkan oleh BPS berupa panduan umum. Inovasi BPS Provinsi dan Kabupaten/Kota diharapkan muncul sesuai dengan situasi di daerah masing-masing.

### 3.2 Merangsang Partisipasi Aktif Masyarakat

Masyarakat merupakan subjek sekaligus objek dalam kampanye SP2010. Setiap komponen masyarakat diajak berpartisipasi, termasuk kalangan akademisi (pelajar, mahasiswa, guru, dan dosen), karyawan, pengusaha, sektor swasta dan pekerja profesional,

organisasi masyarakat sipil (*civil society*), tokoh agama, ibu rumah tangga, masyarakat umum, dan lainnya.

Untuk menggalang partisipasi aktif masyarakat maka interaksi langsung dengan masyarakat melalui pertemuan-pertemuan, baik formal maupun informal perlu dilakukan. Secara formal, bentuk pertemuan seperti seminar interdep dengan sasaran peserta berasal dari instansi terkait yang langsung memiliki kepentingan terhadap data SP2010.

Seminar diselenggarakan di pusat dan di daerah. Untuk pelaksanaan seminar di daerah, sasaran peserta juga melibatkan kalangan akademisi dari Perguruan Tinggi (PT), organisasi masyarakat sipil (seperti organisasi keagamaan, lembaga keagamaan, lembaga swadaya masyarakat, kelompok pemuda, kelompok ibu-ibu PKK, dan organisasi kemasyarakatan lainnya).

Adapun pendekatan informal dilakukan terhadap tokoh-tokoh masyarakat tingkat provinsi, kabupaten/kota, kecamatan sampai ke desa/kelurahan. Melalui forum pertemuan, para tokoh masyarakat diberikan penjelasan mengenai muatan, fokus, dan manfaat SP2010. Untuk kampanye SP2010 ini, diharapkan mulai bulan Agustus 2009 petugas lapangan dari semua kegiatan BPS diharapkan ikut memberikan informasi di lapangan bahwa pada Mei 2010 akan dilakukan SP2010.

### 3.3 Target Audience

BPS Provinsi dan BPS Kabupaten/Kota diharapkan melakukan berbagai terobosan yang inovatif dalam melakukan kampanye SP2010. Target *audience* yang harus dicapai adalah bahwa mereka yang menjadi sasaran kampanye selanjutnya akan mengampanyekan secara mandiri tentang pelaksanaan SP2010. Setiap kampanye yang dilakukan harus memuat pesan jelas : **semua penduduk harus terhitung**.

Sasaran-sasaran kelompok masyarakat yang perlu mendapatkan prioritas kampanye, antara lain :

1. Semua perangkat desa/kelurahan, pengurus PKK, kelompok tani, kelompok olah raga di tingkat desa, kelompok pengajian/kebaktian/keagamaan, LSM, dan organisasi kemasyarakatan lainnya di tingkat desa.
2. Semua perangkat pemerintahan di tingkat kecamatan beserta semua kelompok organisasi kemasyarakatan yang ada di tingkat kecamatan.

3. Semua jajaran pemerintahan di tingkat kabupaten/kota, LSM, organisasi kemasyarakatan, majelis ulama dan atau organisasi keagamaan setempat, serta tokoh-tokoh informal serta pengurus parpol.
4. Semua jajaran pemerintahan di tingkat provinsi, universitas dan lembaga-lembaga pendidikan, partai politik, LSM, organisasi profesi, organisasi keagamaan, dan sejenisnya.
5. Semua kawasan khusus seperti kawasan elit perkotaan : kawasan elit (komplek perumahan mewah dan apartemen), kompleks militer, dan kawasan-kawasan yang memiliki karakteristik khusus lainnya.
6. Semua daerah terpencil seperti desa-desa di daerah pegunungan terpencil, kawasan pantai, pulau-pulau terpencil, pulau di kawasan terluar, daerah perbatasan dan kawasan “*remote*” lainnya.

Kampanye ke sasaran-sasaran tertentu tidak disediakan anggaran khusus, dan tidak mungkin akan diakomodasi hanya melalui sosialisasi formal seperti seminar atau diskusi. Kampanye ke sejumlah sasaran menuntut inovasi daerah, untuk itu gunakan berbagai kesempatan dan peluang yang ada. Kampanye di kawasan elit kemungkinan dapat dilakukan melalui pendekatan terhadap pengelola kawasan/apartemen serta perlu juga dilakukan komunikasi melalui surat atau melalui internet.

### **3.4 Tim Kampanye BPS Provinsi/Kabupaten/Kota**

Semua BPS Provinsi/Kabupaten/Kota diharapkan untuk membentuk Tim Kampanye SP2010 yang anggotanya berasal dari karyawan BPS Provinsi/Kabupaten/Kota. Tugas dari tim ini adalah untuk merealisasikan strategi kampanye yang telah dipaparkan. Dan diharapkan seluruh Kepala Bidang Sosial di masing-masing provinsi dapat berperan sebagai “*vocal point*”.

<http://www.bps.go.id>

# BAB 4

## MEDIA PUBLISITAS

---

Dalam melaksanakan kampanye tentunya diperlukan media publisitas yang akan digunakan sebagai sarana dan saluran komunikasi agar pesan dapat diterima oleh audien. Media publisitas yang digunakan untuk mengkampanyekan SP2010 terdiri dari media audio visual, audio, cetak/iklan luar ruang, dan media pertemuan.

Jenis Media	Produk Media Publisitas
1. Audio visual	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Filler</i></li></ul>
2. Audio	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Theme song</i></li><li>• <i>Radio spot</i></li></ul>
3. Cetak/iklan luar ruang	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Leaflet</i></li><li>• <i>Poster</i></li><li>• <i>Standing banner</i></li><li>• <i>Baliho</i></li><li>• <i>Spanduk</i></li><li>• <i>Stiker mobil</i></li><li>• <i>T-shirt</i></li><li>• <i>Pin</i></li></ul>
4. Pertemuan	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Seminar interdep</i></li></ul>

Pelaksanaan publisitas SP2010 melalui penggunaan media luar ruang akan dilakukan setelah bulan September 2009 dan puncaknya pada bulan Januari-Mei 2010. Sedangkan publisitas melalui kegiatan diskusi, seminar, pendekatan personal, workshop di tingkat lokal, dan komunikasi via internet akan dilakukan mulai saat ini sampai pelaksanaan pendataan SP2010.

#### 4.1 Logo, Maskot, dan Slogan SP2010

Logo, maskot, dan slogan SP2010 merupakan lambang/symbol/identitas dan kata-kata yang menarik serta mudah diingat yang dapat menjelaskan suatu kegiatan. Logo, maskot, dan slogan SP2010 dapat digunakan mulai sekarang sampai selesainya kegiatan SP2010. Penggunaan logo, maskot, dan slogan dapat tunggal atau bersama-sama. Setiap BPS Provinsi mendapat satu keping *compact disk* (CD) berisi logo, maskot, dan slogan yang selanjutnya digandakan untuk keperluan BPS Kabupaten/Kota.

Bentuk logo serta maskot dan slogan SP2010:

**Logo SP2010 – dengan tulisan:**



**Logo SP2010 – tanpa tulisan:**



Maskot dan Slogan SP2010:



Sensus Penduduk 2010 dilaksanakan serentak di seluruh Indonesia dan di seluruh perwakilan Negara Republik Indonesia di seluruh dunia pada bulan Mei 2010. Seluruh penduduk diharapkan dapat membantu petugas sensus dengan memberi jawaban yang benar demi kelancaran pendataan penduduk yang dilaksanakan **setiap sepuluh tahun sekali**.



Identitas SP2010	Makna	Produk Publisitas
Logo	Logo menggambarkan kegembiraan rakyat Indonesia menyambut program nasional Sensus Penduduk tahun 2010. Seluruh rakyat Indonesia mendukung program nasional ini dengan memberikan jawaban yang benar kepada petugas sensus.	Ditampilkan dalam bentuk visual (gambar) dalam <i>filler</i> , <i>leaflet/pamflet</i> , poster, <i>banner</i> , baliho, <i>t-shirt</i> , pin, spanduk, undangan seminar, alat tulis kantor (ATK), dan sertifikat seminar.
Maskot	Nama maskot SP2010 adalah <b>Bung Itung</b> . Maskot SP2010 menggambarkan petugas sensus sebagai ujung tombak kegiatan BPS yang ceria, ramah dan bersahabat, serta giat dalam melaksanakan tugas yang diembannya dalam rangka mengumpulkan data Sensus Penduduk tahun 2010.	Ditampilkan bersama dengan slogan dalam bentuk visual (gambar) pada <i>leaflet/pamflet</i> , poster, <i>banner</i> , baliho, <i>t-shirt</i> , pin, spanduk, undangan seminar, ATK, dan sertifikat seminar.
Slogan	Slogan SP2010 adalah “ <b>Pastikan Anda Dihitung</b> ”, yaitu pastikan setiap penduduk, baik Warga Negara Indonesia (WNI) maupun Warga Negara Asing (WNA) yang berada dalam wilayah Indonesia dihitung oleh petugas sensus pada pendataan SP2010 yang berlangsung 1-31 Mei 2010.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ditampilkan dalam bentuk audio (suara) dalam <i>radio spot</i> dan <i>theme song</i>.</li> <li>➤ Ditampilkan dalam bentuk visual (gambar) dalam <i>leaflet/pamflet</i>, poster, <i>banner</i>, baliho, pin, <i>t-shirt</i>, spanduk undangan seminar, ATK, dan sertifikat seminar.</li> <li>➤ Ditampilkan dalam bentuk audio visual (suara dan gambar) dalam <i>filler</i> (bersama dengan maskot), seminar interdep (pemutaran <i>filler</i> di awal seminar).</li> </ul>

## 4.2 *Theme Song, Filler, dan Radio Spot*

**Theme song** adalah lagu yang mengidentifikasi sesuatu atau seseorang: musik atau lagu yang terkait dengan penampilan khusus atau orang yang tampil di setiap serial TV atau radio. *Theme song* dapat juga diartikan sebagai lagu yang diulang-ulang yang menunjukkan sebuah karakter (baik seseorang maupun sesuatu) atau sebuah lagu yang digunakan sebagai *trade mark* suatu kegiatan.

*Theme song* biasanya diperlukan ketika suatu kegiatan masih sangat dini untuk disebarluaskan. Umumnya diperlukan untuk meningkatkan *awareness* masyarakat secara cepat terhadap suatu kegiatan melalui slogan yang digunakan.

**Filler** adalah pesan berupa tips atau informasi yang berguna bagi masyarakat serta tidak terikat waktu. Selain itu *filler* juga dapat dikatakan sebagai tayangan singkat yang berisi himbauan atau ajakan kepada masyarakat yang umumnya berdurasi sekitar 30-60 detik.

**Radio spot** adalah pesan berupa tips atau informasi yang berguna bagi masyarakat serta tidak terikat waktu yang disiarkan di radio.

*Theme song* dan *radio spot* akan diudarakan di Radio Republik Indonesia (RRI), radio skala nasional dan radio lokal, *filler* ditayangkan di Televisi Republik Indonesia (TVRI), TV swasta berskala nasional dan TV lokal. Untuk keperluan internal, *theme song*, *radio spot*, dan *filler* dapat ditayangkan/diperdengarkan dengan menggunakan VCD *player* pada kesempatan-kesempatan seperti seminar interdep, pertemuan rutin struktural, pertemuan dengan Koordinator Statistik Kecamatan (KSK), jumpa pers, dan lain-lain.

*Theme song, filler, dan radio spot* disiapkan oleh BPS Pusat, salinan ketiga media publisitas tersebut akan diberikan ke BPS Provinsi masing-masing satu unit dan selanjutnya digandakan oleh BPS Provinsi untuk keperluan BPS Kabupaten/Kota.

### 4.3 Leaflet/Pamflet

*Leaflet/pamphlet (pamflet)* adalah semacam *booklet* (buku kecil) yang tak berjilid. *Leaflet/pamphlet* mungkin hanya terdiri atas satu lembar yang dicetak di kedua permukaannya. Akan tetapi, bisa juga dilipat di bagian tengahnya sehingga menjadi empat halaman, atau bisa juga dilipat tiga sampai empat kali hingga menjadi beberapa halaman. Penggunaan *pamflet* atau *leaflet* umumnya dilakukan untuk pemasaran aneka produk dan juga untuk penyebaran informasi politik/kegiatan.

Pembuatan *leaflet/pamflet* diatur oleh BPS Pusat, sedangkan BPS Provinsi dan BPS Kabupaten/Kota masing-masing akan mendapatkan sebanyak 290 lembar.

Penyebarluasan kegiatan SP2010 dengan *leaflet/pamflet* dapat dipergunakan melalui:

- a. Penitipan/pemasangan *leaflet/pamflet* di kantor-kantor pelayanan umum, misalnya kantor pembayaran rekening listrik dan air, bank-bank, kantor pos, dan lain-lain.
- b. Penitipan/pemasangan *leaflet/pamflet* di kantor-kantor pemerintah.
- c. Pendistribusian ke sekolah-sekolah sebagai salah satu bentuk kampanye SP2010 di sekolah (*campaign at school*).
- d. Diberikan kepada peserta seminar interdep.

Berikut ini adalah contoh *leaflet/pamflet*:

Contoh 1 leaflet tampak depan :

#### 4. Apa Saja yang Ditanyakan

Dalam **Sensus Penduduk 2010** akan ditanyakan beberapa hal terkait karakteristik penduduk, seperti:

- Nama anggota rumah tangga
- Umur
- Jenis kelamin
- Hubungan anggota keluarga dengan kepala keluarga
- Fertilitas (kelahiran)
- Mortalitas (kematian)
- Migrasi/perpindahan
- Pendidikan
- Agama
- Ketenagakerjaan
- Kesehatan
- Dan lain-lain

#### Sensus Penduduk 2010

**Apa?**  
SP2010 adalah penghitungan jumlah penduduk di seluruh wilayah Republik Indonesia pada saat tertentu.

**Siapa?**  
Seluruh penduduk yang tinggal di wilayah Republik Indonesia, baik yang bertempat tinggal tetap maupun tidak tetap, tanpa kecuali.

**Kapan?**  
SP2010 dilaksanakan pada tanggal 1-31 Mei 2010.

**Mengapa?**  
Sesuai amanat undang-undang, SP2010 dilaksanakan untuk mengumpulkan data dasar kependudukan yang sangat dibutuhkan untuk evaluasi dan perencanaan pembangunan bangsa.

**Bagaimana?**  
Petugas SP2010 akan mendatangi rumah anda untuk melakukan pendataan.

**Gratis**  
Petugas SP2010 tidak memungut biaya apapun.

**Rahasia**  
Kerahasiaan data individu yang anda berikan dilindungi oleh undang-undang.

## SENSUS PENDUDUK 2010 (SP2010)



**PASTIKAN ANDA DIHITUNG**

**1-31 Mei 2010**

 **BADAN PUSAT STATISTIK** 

SENSUS PENDUDUK 2010	
	No. BLOK SENSUS
No. BANGUNAN FISIK	No. /NAMA SLS
No. BANGUNAN SENSUS	

Stiker SP2010 yang akan ditempelkan di rumah anda sebagai tanda bahwa petugas pencacah telah mendatangi anda.

Contoh 1 leaflet tampak belakang :

## SENSUS PENDUDUK APA ITU ?

Dalam pelaksanaan pembangunan nasional, ketersediaan data kependudukan yang lengkap dan terkini sangat diperlukan. Berkaitan dengan hal tersebut, Sensus Penduduk merupakan salah satu sumber data kependudukan yang diharapkan mampu memberikan gambaran nyata keadaan penduduk Indonesia.

Sensus Penduduk merupakan kegiatan pengumpulan data mengenai karakteristik (ciri) penduduk Indonesia. Secara umum dapat disebut sebagai kegiatan penghitungan atau pencacahan seluruh penduduk Indonesia.

Berdasarkan Undang-Undang nomor 16 tahun 1997 tentang statistik, BPS adalah lembaga pemerintah nondepartemen yang bertanggung jawab menyediakan statistik dasar dengan menyelenggarakan kegiatan Sensus Penduduk (SP), Sensus Pertanian (ST), dan Sensus Ekonomi (SE)

## SENSUS PENDUDUK 2010

### 1. Tujuan dan Manfaat

**Sensus Penduduk 2010** bertujuan untuk mendapatkan data dasar kependudukan berupa jumlah dan ciri (karakteristik) penduduk seperti: nama, umur, jenis kelamin, kelahiran, kematian, perpindahan (migrasi), pendidikan, ketenagakerjaan, status perkawinan, dan sejenisnya.

**Manfaat** dari hasil SP2010 sangat banyak, antara lain sebagai pedoman bagi pemerintah, legislatif, dan para perencana dalam menyusun berbagai program pembangunan untuk kesejahteraan masyarakat.

### 2. Cakupan

Dalam **Sensus Penduduk 2010** yang dicakup adalah seluruh penduduk, baik Warga Negara Indonesia (WNI) maupun Warga Negara Asing (WNA) yang tinggal dalam wilayah geografis Indonesia, baik yang bertempat tinggal tetap maupun yang tidak bertempat

tinggal tetap (tuna wisma, pengungsi, masyarakat terpelosok terasing, penghuni perahu/rumah apung, awak kapal berbendera Indonesia), termasuk Kedutaan Besar Indonesia di luar negeri beserta keluarga. Anggota korps diplomatik negara lain beserta keluarganya, meskipun menetap di wilayah geografis Indonesia tidak dihitung dalam SP2010.

### 3. Waktu Pelaksanaan

**Sensus Penduduk 2010** akan dilaksanakan mulai tanggal **1-31 Mei 2010**. Petugas akan mendatangi tiap rumah tangga untuk melakukan pendataan dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner). Petugas juga akan menempelkan stiker berlogo SP2010 pada bangunan rumah tangga sebagai tanda rumah tangga sudah terdata. Petugas pencacah dilengkapi dengan surat tugas dan mengenakan tanda pengenal dengan gambar logo SP2010. Khusus bagi anggota masyarakat yang bertempat tinggal tidak tetap akan dicacah pada malam hari tanggal **15 Mei 2010 (Hari Sensus)**.





Contoh 2 leaflet tampak depan :

Data informasi kependudukan merupakan bagian pokok dalam pembangunan nasional. Berdasarkan data dan informasi tersebut, khususnya yang berkaitan dengan komposisi, struktur, sebaran dan jumlah penduduk dapat dibuat berbagai keputusan dan kebijakan pembangunan.

Data dasar kependudukan yang diperoleh harus menggambarkan keadaan masyarakat terkini, sehingga pembangunan yang dilakukan dapat dinikmati langsung dan sesuai dengan kebutuhan, baik untuk pemerintah, swasta, maupun masyarakat luas.

Sukseskan  
**SENSUS PENDUDUK**  
2010  
(1-31 Mei 2010)

KEJUJURAN JAWABAN ANDA,  
KUNCI PEMBANGUNAN BANGSA

Diselenggarakan oleh :  
**BADAN PUSAT STATISTIK**

Contoh 2 leaflet tampak belakang :

**Sensus Penduduk ??**

Menurut PBB adalah keseluruhan proses pengumpulan, penghimpunan/penyusunan dan penerbitan data-data demografi, ekonomi dan sosial yang menyangkut semua orang pada waktu tertentu di suatu negara atau suatu wilayah tertentu.

Sensus Penduduk di Indonesia biasa disebut dengan pencacahan penduduk, yaitu pengumpulan data/informasi yang dilakukan terhadap seluruh penduduk yang tinggal di wilayah geografis Indonesia.

Data yang dikumpulkan antara lain: nama, umur, jenis kelamin, pendidikan, agama, kewarganegaraan, tempat lahir, dll. Dari pengumpulan data yang dilakukan terhadap seluruh penduduk, maka akan didapat jumlah penduduk serta karakteristik dari penduduk. Data tersebut akan digunakan sebagai bahan perencanaan pembangunan di berbagai bidang.

**SP 2010**

Sensus Penduduk (SP) 2010 adalah sensus penduduk keenam yang akan dilaksanakan sejak Indonesia merdeka

Tujuan umum pelaksanaannya adalah untuk menyediakan data dasar kependudukan yang terkini baik dari segi jumlah, karakteristik maupun perkiraan parameter parameter kependudukan.

Cakupan SP adalah seluruh penduduk warga negara Indonesia (WNI) maupun warga negara asing (WNA) yang tinggal dalam wilayah teritorial Indonesia, baik yang bertempat tinggal tetap maupun yang tidak mempunyai tempat tinggal tetap (tuna wisma, pengungsi, awak kapal berbendera Indonesia, masyarakat terpencil/terasing, dan penghuni perahu/rumah apung).

Anggota korps diplomatik negara lain beserta keluarganya, meskipun menetap di wilayah geografis Indonesia, tidak dicakup dalam pencacahan SP2010. Sedangkan anggota korps diplomatik RI beserta keluarganya yang berada di luar negeri akan dicakup dalam SP2010.

**Cara Pencacahan SP2010**

Pencacahan penduduk pada kegiatan sensus dilakukan dengan cara/pendekatan, yaitu:

- \* Mencacah penduduk dimana biasanya mereka bertempat tinggal. Kata "biasa" merujuk pada waktu 6 bulan. Jika seseorang telah tinggal di suatu tempat selama 6 bulan atau lebih, maka ia dianggap sebagai penduduk tempat itu. Jika kurang dari 6 bulan tetapi bermaksud menetap, maka ia juga sudah termasuk sebagai penduduk di tempat tersebut. Pendekatan ini disebut "de jure" (biasanya paling banyak bertempat tinggal dan bukan berdasarkan KTP)
- \* Mencacah penduduk yang bertempat tinggal tidak tetap di tempat mereka ditemui oleh petugas pada waktu pencacahan. Contoh: tuna wisma, awak kapal berbendera Indonesia, masyarakat terpencil/terasing, penghuni perahu/rumah apung, bantaran kali, rel kereta, kolong jembatan, rumah liar. Bagi orang yang bepergian dan tidak pernah menetap di satu tempat selama 6 bulan atau lebih dicatat dimana dia ditemui pada saat pencacahan. Pendekatan ini disebut de facto.

**Alokasi Distribusi Produk Media Publisitas Leaflet/Pamflet**

No	Provinsi	<i>Leaflet/Pamflet</i>	
		BPS Prov	BPS Kab/Kota
(1)	(2)	(3)	(4)
1	Pusat	5.040	-
2	NAD	290	6.670
3	Sumatra Utara	290	8.120
4	Sumatra Barat	290	5.510
5	Riau	290	3.190
6	Jambi	290	2.900
7	Sumatra Selatan	290	4.350
8	Bengkulu	290	2.610
9	Lampung	290	3.190
10	Kep. Bangka Belitung	290	2.030
11	Kepulauan Riau	290	1.740
12	DKI Jakarta	290	1.740
13	Jawa Barat	290	7.540
14	Jawa Tengah	290	10.150
15	DI Yogyakarta	290	1.450
16	Jawa Timur	290	11.020
17	Banten	290	2.030
18	Ball	290	2.610
19	Nusa Tenggara Barat	290	2.610
20	Nusa Tenggara Timur	290	5.800
21	Kalimantan Barat	290	4.060
22	Kalimantan Tengah	290	4.060
23	Kalimantan Selatan	290	3.770
24	Kalimantan Timur	290	4.060
25	Sulawesi Utara	290	3.770
26	Sulawesi Tengah	290	2.900
27	Sulawesi Selatan	290	6.670
28	Sulawesi Tenggara	290	3.480
29	Gorontalo	290	1.740
30	Sulawesi Barat	290	1.450
31	Maluku	290	2.610
32	Maluku Utara	290	2.320
33	Papua	290	7.830
34	Papua Barat	290	2.610
Jumlah		14.610	136.590
Jumlah produk		151.200	

#### 4.4 Poster

Poster adalah sejenis *leaflet* yang hanya terdiri atas satu lembar. Poster umumnya memiliki ukuran tidak lebih dari A3 (dua kali A4). Mengingat sasaran publisitas dari poster adalah seluruh lapisan masyarakat, maka isi poster harus sederhana, atraktif, dan mudah diingat.

Informasi yang harus disampaikan dalam poster adalah tanggal pelaksanaan dan manfaat dari kegiatan SP2010. Gambar yang menarik dan mampu menjelaskan tentang kegiatan SP2010 sangat membantu efektifitas penyampaian pesan melalui poster.

Poster untuk BPS Prov/Kab/Kota dibuat sendiri di daerah dengan spesifikasi sebagai berikut:

- a. Ukuran A2 (42 x 59,4 cm)
- b. Kertas Art Paper berat 150 gram
- c. Finishing dengan laminating atau vernish
- d. Memuat cetakan berisi informasi singkat mengenai kegiatan SP2010: tanggal pelaksanaan, manfaat SP2010, **foto-foto orisinal** yang menggambarkan heterogenitas penduduk yang bercorak kedaerahan mencantumkan logo BPS, logo dan atau maskot beserta slogan SP2010

Salinan contoh poster akan dikirimkan ke BPS Provinsi. **Adapun pengadaan poster dilakukan oleh BPS Provinsi/Kabupaten/Kota dengan kuantitas sesuai dengan Tabel Alokasi Distribusi Produk Media Publisitas Poster.**

Penyebaran poster dapat dilakukan dengan cara:

- a. Melalui kantor pemerintahan seperti kantor desa/kelurahan, kantor camat, dan kantor dinas pemerintah/kantor wilayah.
- b. Dipasang di sekolah-sekolah atau madrasah (SD, SMP, MIN, MTS).
- c. Di tempat keramaian, seperti pasar, mall, terminal, dll.
- d. Di papan pengumuman

Alternatif desain poster :

**SENSUS PENDUDUK 2010**  
1 - 31 MEI 2010

**Apakah Sensus Penduduk?**  
Di Indonesia biasa dikenal dengan sebutan pencacahan penduduk, yaitu pengumpulan data dan informasi kependudukan yang dilakukan terhadap seluruh penduduk yang tinggal di wilayah geografis Indonesia.

**Tujuan**  
Secara umum adalah untuk menyediakan data dasar kependudukan yang terkini, baik dari segi jumlah maupun perkiraan parameter-parameter kependudukan.

**Cakupan**  
Cakupan dalam SP2010 adalah seluruh Warga Negara Indonesia:  
1. Bertempat tinggal tetap  
2. Tidak mempunyai tempat tinggal tetap (tuna wisma, pengungsi, awak kapal berbendera Indonesia, masyarakat terpencil/terasing, dan penghuni rumah apung).  
3. Anggota Korps Diplomatik Indonesia beserta keluarganya yang berada di luar negeri juga tercakup dalam SP2010.

**Data yang dikumpulkan antara lain:**

- Nama
- Umur
- Jenis Kelamin
- Pendidikan
- Agama
- Kewarganegaraan
- Tempat Lahir
- dan sebagainya.

**PASTIKAN ANDA DIHITUNG**

**Kejujuran Jawaban Anda Kunci Pembangunan Bangsa**

Diselenggarakan oleh:  
**BADAN PUSAT STATISTIK**

**PASTIKAN ANDA DIHITUNG**

**SENSUS PENDUDUK 2010**  
1 - 31 MEI 2010

**Kejujuran Jawaban Anda, Kunci Pembangunan Bangsa**

**Sensus Penduduk 2010** adalah pengumpulan data dan informasi kependudukan yang dilakukan terhadap seluruh penduduk yang tinggal di wilayah geografis Indonesia. Data yang dikumpulkan antara lain: nama, umur, jenis kelamin, kelahiran, kematian, migrasi, pendidikan, agama, ketenagakerjaan, dan sebagainya.

**Sensus Penduduk 2010** bertujuan untuk menyediakan data dasar kependudukan yang terkini, baik dari segi jumlah maupun perkiraan parameter-parameter kependudukan.

**Sensus Penduduk 2010** mencakup seluruh penduduk yang tinggal di wilayah geografis Indonesia, baik Warga Negara Indonesia maupun Warga Negara Asing, baik yang bertempat tinggal tetap maupun yang tidak bertempat tinggal tetap (tuna wisma, pengungsi, masyarakat terpencil/terasing, penghuni rumah perahu, dan awak kapal berbendera Indonesia), termasuk anggota korps diplomatik Indonesia di luar negeri beserta keluarganya.

**PASTIKAN ANDA DIHITUNG**

**Kejujuran Jawaban Anda Kunci Pembangunan Bangsa**

Diselenggarakan oleh:  
**BADAN PUSAT STATISTIK**

**Sukseskan SENSUS PENDUDUK 2010**  
(1 - 31 MEI 2010)

**PASTIKAN ANDA DIHITUNG**

**BADAN PUSAT STATISTIK**

**SENSUS PENDUDUK 2010**

**BADAN PUSAT STATISTIK**

**PASTIKAN ANDA DIHITUNG**



### Alokasi Distribusi Produk Media Publisitas Poster

No	Provinsi	Poster		
		Prov	Kab/kota @ 100 buah	Kel/desa @ 10 buah
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Pusat	5.000	-	-
2	NAD	150	2.300	62.430
3	Sumatra Utara	150	2.800	63.920
4	Sumatra Barat	150	1.900	9.180
5	Riau	150	1.100	15.630
6	Jambi	150	1.000	13.000
7	Sumatra Selatan	150	1.500	29.710
8	Bengkulu	150	900	13.140
9	Lampung	150	1.100	22.650
10	Kep. Bangka Belitung	150	700	3.250
11	Kepulauan Riau	150	600	2.940
12	DKI Jakarta	150	600	35.070
13	Jawa Barat	150	2.600	58.320
14	Jawa Tengah	150	3.500	83.290
15	DI Yogyakarta	150	500	4.400
16	Jawa Timur	150	3.800	85.030
17	Banten	150	700	15.010
18	Ball	150	900	7.030
19	Nusa Tenggara Barat	150	900	8.900
20	Nusa Tenggara Timur	150	2.000	30.870
21	Kalimantan Barat	150	1.400	16.830
22	Kalimantan Tengah	150	1.400	13.610
23	Kalimantan Selatan	150	1.300	19.570
24	Kalimantan Timur	150	1.400	14.270
25	Sulawesi Utara	150	1.300	13.350
26	Sulawesi Tengah	150	1.000	16.280
27	Sulawesi Selatan	150	2.300	28.920
28	Sulawesi Tenggara	150	1.200	19.370
29	Gorontalo	150	600	4.760
30	Sulawesi Barat	150	500	5.070
31	Maluku	150	900	8.660
32	Maluku Utara	150	800	9.190
33	Papua	150	2.700	28.160
34	Papua Barat	150	900	11.820
Jumlah		9.950	47.100	773.630
Jumlah produk		830.680		

#### 4.5 Standing Banner (X Banner)

Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi cetak format besar, berkembang pula produk poster yang ukurannya lebih besar. Muncullah format-format poster yang disebut *banner* yang ukurannya dua hingga empat kali lipat poster atau bahkan lebih besar lagi. *Banner* ini dapat ditempel di dinding atau dipasang pada bingkainya (*standing banner*) sehingga mudah dipindah-pindah.

*Banner* umumnya di pasang di ruang pelayanan umum atau di depan pintu masuk kantor.

Berikut contoh *banner* :





*Banner* dibuat oleh BPS Provinsi (@ 5 buah) dan BPS Kabupaten/Kota (@ 3 buah) dengan spesifikasi sebagai berikut:

- a. Ukuran: panjang 180 cm dengan lebar 80 cm
- b. Bahan tahan panas dan hujan (misalnya bahan easy banner 315)
- c. Memuat cetakan berisi informasi singkat mengenai kegiatan SP2010: tanggal pelaksanaan, **foto-foto orisinal** yang menggambarkan heterogenitas penduduk yang bercorak kedaerahan
- d. Mencantumkan logo BPS, logo dan atau maskot beserta slogan SP2010

#### 4.6 Baliho

Baliho adalah bentuk promosi iklan luar ruang dengan ukuran besar, atau baliho seringkali disebut sebagai poster dengan ukuran besar yang diletakkan tinggi di tempat tertentu yang ramai dilalui orang. Kadangkala baliho didefinisikan sebagai reklame yang berbentuk bidang dengan bahan terbuat dari kayu, logam, *fiberglass*, kain, kaca, plastik, dan sebagainya yang pemasangannya berdiri sendiri, menempel bangunan dengan konstruksi tetap dan bersifat permanen.

Baliho termasuk media publisitas luar ruang yang paling banyak digunakan. Perkembangannya pun cukup pesat. Sekarang di jaman digital, baliho sudah menggunakan teknologi baru sehingga muncullah digital baliho.

Pemasangan baliho dilakukan dengan menggunakan konstruksi tetap yang biasanya melintang tinggi di pinggir jalan. Pemasangan baliho hanya dilakukan di BPS Pusat dan Provinsi. Jika menggunakan digital printing, maka bahan yang digunakan minimal sekelas Flexy FR 440M. Baliho dapat dipasang di halaman depan kantor BPS. Waktu pemasangan dimulai dari minggu pertama Juni 2009.

Contoh baliho yang akan dibuat sebagai berikut:



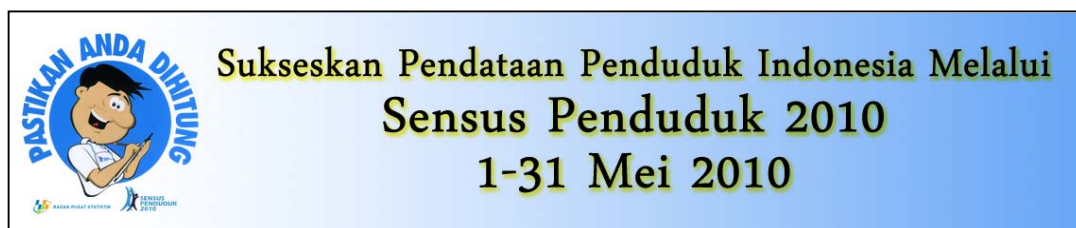
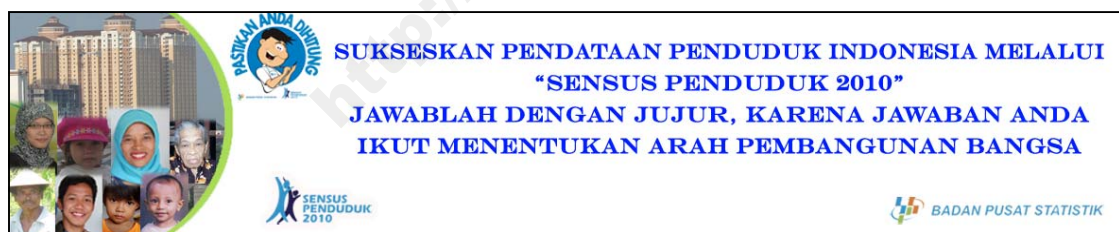
## 4.7 Spanduk

Spanduk adalah kain rentang yang berisi slogan, propaganda, atau berita yang perlu diketahui umum. Sasaran dari spanduk adalah khalayak ramai, sehingga selayaknya spanduk rentangkan di tempat-tempat strategis, banyak dilewati masyarakat, dan pesan yang diberikan harus jelas terbaca.

Pengadaan spanduk dilakukan di BPS Pusat dan di BPS Prov/Kab/Kota. Alokasi untuk BPS Provinsi adalah masing-masing sebanyak 12 buah, sedangkan untuk BPS Kabupaten/Kota masing-masing sebanyak 5 buah. Spesifikasi pembuatan spanduk adalah sebagai berikut:

- Ukuran: 6m x 1 m, atau 5m x 1 m
- Menggunakan *digital printing*
- Bahan tahan panas dan hujan (Flexy FR 315, Flexy FR 440)
- Memuat cetakan berisi ajakan untuk mensukseskan Sensus Penduduk 2010, tanggal pelaksanaan, **foto-foto orisinal** yang menggambarkan heterogenitas penduduk yang bercorak kedaerahan
- Mencantumkan logo BPS, logo dan atau maskot beserta slogan SP2010

Alternatif desain spanduk untuk iklan luar ruang:





#### 4.8 Stiker Mobil

Stiker merupakan lembaran berbahan kertas atau plastik yang memiliki perekat sehingga bisa ditempelkan di media/fasilitas/peralatan lain. Ukuran dan bentuk stiker bisa beraneka ragam sesuai dengan visualisasi gambar atau teks yang ditampilkan. Saat ini sudah banyak berkembang pembuatan stiker yang peruntukannya adalah untuk kendaraan, seperti mobil atau motor.

Adapun pengadaan stiker mobil ini dilakukan mengingat adanya kendaraan dinas BPS berupa mobil. Kaca belakang mobil dinas BPS yang ada akan ditempel stiker SP2010. Harapannya, stiker mobil dinas ini dapat menjadi salah satu media publikasi yang efektif karena dengan mobilitas pengendaranya, para pengguna jalan dapat melihat pesan yang disampaikan melalui stiker mobil tersebut.

Contoh stiker mobil akan dikirimkan BPS Pusat. **Adapun pengadaan stiker mobil dilakukan oleh BPS Provinsi/Kabupaten/Kota dengan kuantitas seperti tercantum pada Tabel Alokasi Distribusi Produk Media Publisitas Stiker.** Spesifikasi pembuatan stiker mobil:

- a. Ukuran mengikuti ukuran kaca belakang mobil dinas.
- b. Jenis stiker adalah *one way vision*.
- c. Mencantumkan logo BPS, logo dan maskot beserta slogan SP2010.
- d. Memuat informasi mengenai *sensus month* (1-31 Mei 2010).

Contoh desain stiker *one way vision* untuk iklan luar ruang:



**Alokasi Distribusi Produk Media Publisitas Stiker *one way vision***

No.	Unit Organisasi	BPS Prov	BPS Kab/Kota
(1)	(2)	(3)	(4)
1	Pusat	150	
2	Nanggroe Aceh Daruss	8	23
3	Sumatra Utara	8	28
4	Sumatra Barat	8	19
5	Riau	8	11
6	Jambi	8	10
7	Sumatra Selatan	8	15
8	Bengkulu	8	9
9	Lampung	9	11
10	Kep. Bangka Belitung	8	7
11	Kepulauan Riau	8	6
12	DKI Jakarta	10	6
13	Jawa Barat	10	26
14	Jawa Tengah	10	35
15	DI Yogyakarta	10	5
16	Jawa Timur	10	38
17	Banten	10	7
18	Bali	10	9
19	Nusa Tenggara Barat	8	9
20	Nusa Tenggara Timur	8	20
21	Kalimantan Barat	8	14
22	Kalimantan Tengah	8	14
23	Kalimantan Selatan	8	13
24	Kalimantan Timur	8	14
25	Sulawesi Utara	8	13
26	Sulawesi Tengah	8	10
27	Sulawesi Selatan	8	23
28	Sulawesi Tenggara	8	12
29	Gorontalo	8	6
30	Sulawesi Barat	8	5
31	Maluku	8	9
32	Maluku Utara	8	8
33	Papua	8	27
34	Papua Barat	8	9
Jumlah		429	471
Jumlah		900	

#### 4.9 T-Shirt

Produksi *t-shirt* oleh BPS Pusat. Pemakaian *t-shirt* ini dapat dilakukan ketika:

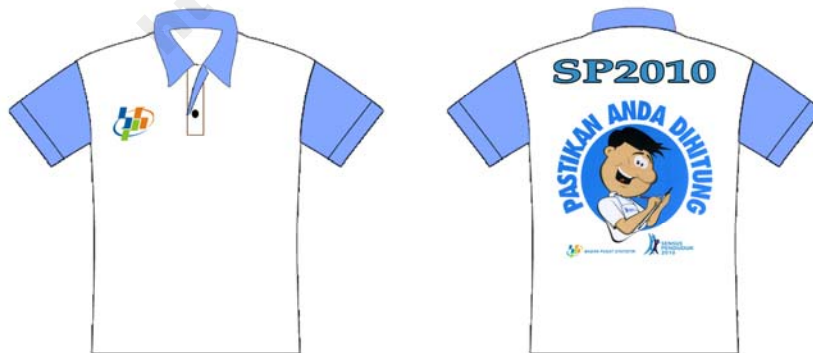
1. Olahraga rutin BPS.
2. Acara kekeluargaan BPS yang layak mengenakan *t-shirt* seperti jalan sehat, rekreasi, dll.
3. Kegiatan yang mendapat liputan dari media massa dengan harapan mendapatkan publisitas tentang SP2010 dari *t-shirt* yang dipakai.

Alternatif desain *t-shirt*:



Tampak depan

Tampak belakang



Tampak depan

Tampak belakang



#### 4.10 Pin

Pembuatan pin diatur oleh BPS Pusat. Jenis produk pin ini ada dua macam, yaitu pin eksekutif untuk pimpinan BPS/instansi pemerintah terkait dan pin untuk pegawai. Pembagiannya didahului dengan kegiatan penyematan pin yang pelaksanaannya dilakukan serentak dengan BPS Pusat, yaitu saat peringatan hari statistik, sedangkan untuk pin eksekutif dibagikan kepada para peserta seminar interdep (diutamakan para pimpinan instansi pemerintahan). Masing-masing pin dialokasikan sesuai kuantitas yang telah ditentukan. Alokasi pin untuk eksekutif sebagai berikut:

<b>Wilayah Administrasi</b>	<b>Jumlah</b>
(1)	(2)
Pusat	500
Provinsi	990
Kabupaten/Kota	3.000
Kecamatan	14.304
Desa/Kelurahan	77.363
<b>Jumlah</b>	<b>96.157</b>

Pemakaian pin akan menjadi wajib bagi seluruh karyawan BPS pada hari-hari yang telah ditentukan, yaitu pada saat:

1. Perayaan hari statistik.
2. Menghadiri seminar-seminar, baik seminar yang diselenggarakan oleh BPS maupun seminar-seminar yang diselenggarakan oleh pihak eksternal, saat jumpa pers, saat memakai pakaian dinas harian, dll.
3. Selama bulan Sensus Penduduk 2010.

Berikut contoh desain pin:

Pin untuk eksekutif:



Pin untuk pegawai:



## 4.11 Seminar Interdep

### 4.11.1 Maksud dan Tujuan

Dengan turut diundangnya para pimpinan pemerintahan daerah, swasta, akademisi, pemerhati, dan tokoh masyarakat lainnya, diharapkan kegiatan SP2010 mendapatkan dukungan dari segenap elemen masyarakat. Salah satu tema yang bisa digunakan pada saat seminar adalah: “Ketersediaan Data Kependudukan yang Berkualitas Menentukan Arah Perencanaan Pembangunan Nasional”.

Adapun tujuan dari penyelenggaraan seminar interdep ini adalah:

1. Memberikan informasi adanya Sensus Penduduk 2010 (SP2010) yang digunakan sebagai media untuk memperoleh data dan informasi kependudukan.
2. Menjelaskan manfaat SP2010, sebagai alat pengambil keputusan kepada pemerintah pusat dan daerah, swasta, maupun masyarakat.
3. Menggugah responden untuk bersedia memberikan jawaban kepada petugas sesuai dengan pertanyaan yang diajukan.
4. Meminta dukungan kepada tokoh masyarakat dan organisasi kemasyarakatan untuk kelancaran pelaksanaan SP2010.
5. Mensosialisasikan hasil kegiatan pengumpulan data yang dilakukan oleh BPS dan manfaatnya bagi pemangku kepentingan yang pada akhirnya menunjang kegiatan SP2010.

### 4.11.2. Waktu Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan: BPS Provinsi pada bulan Oktober-November 2009 sedangkan BPS Kabupaten pada bulan Januari-Februari 2010.

Tempat pelaksanaan:

BPS provinsi: Hotel bintang 4 atau 5

BPS kabupaten/kota: Tempat menyesuaikan

### 4.11.3 Jumlah Peserta

Jumlah peserta yang diundang dalam seminar dibatasi sebanyak 50 orang, yang berasal dari:

1. Instansi Pemerintah Daerah
  - a. Kepala Daerah Provinsi dan atau Kabupaten/Kota;

- b. Perwakilan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Perwakilan dari lembaga/instansi terkait;
  - c. Dinas/instansi terkait terutama yang terkait langsung dengan pertanyaan-pertanyaan yang ada pada kuesioner SP2010.
2. Akademisi (Wakil-wakil dari Lembaga Pendidikan, Pusat Penelitian, dan Pengamat Kependudukan)
  3. Organisasi Kemasyarakatan, organisasi pemuda, organisasi keagamaan, organisasi profesi, dan organisasi terkait lainnya.
  4. Media Massa

#### 4.11.4 Perlengkapan Penunjang

Perlengkapan penunjang meliputi: undangan, seminar kit, materi, dll.

##### 1. Undangan

Undangan dicetak mengikuti format yang telah ditentukan sebagai berikut:

- a. Dicitak pada kertas jenis *concord* (atau sejenisnya) berukuran A5 (setengah A4), berat 80 gram, dan berwarna krem.
- b. Pengaturan ketikan pada undangan mengikuti format berikut:

Logo BPS	<p><b>BADAN PUSAT STATISTIK</b></p> <p>Mengundang Bapak/Ibu/Sdr. untuk Berpartisipasi dalam Seminar: "&lt;tema&gt;"</p>	Logo SP2010
<p><b>Acara akan dilaksanakan pada:</b></p> <p><b>Hari/Tanggal:</b> &lt;hari, tanggal bulan tahun&gt;  <b>Pukul:</b> &lt;waktu&gt;  <b>Tempat:</b> &lt;tempat seminar&gt;                            &lt;ruangan seminar&gt;                            &lt;keterangan alamat seminar&gt;</p>		
<p><small>RSVP: Sdr &lt;nama&gt;, Telp. &lt;nomor telp&gt; Ext. &lt;nomor ext&gt;</small></p>		

##### 2. Seminar kit

Seminar kit berisi perlengkapan dan peralatan berikut:

- a. Salinan *hardcopy* makalah
- b. *Leaflet/pamflet* SP2010

- c. Alat tulis berupa *block note*, pensil/pulpen
  - d. Tas/map
  - e. *Name tag*
3. Spanduk
- Spanduk seminar dipasang di dalam ruangan seminar dengan posisi/pengaturan sedemikian sehingga peserta dapat melihatnya (biasanya tepat di belakang penyaji). Adapun format pengaturan spanduk sebagai berikut:



dengan ukuran spanduk menyesuaikan tempat diselenggarakannya seminar.

4. Sertifikat
- Setiap peserta seminar mendapatkan sebuah sertifikat dengan format sebagai berikut:



# BAB 5

## MEDIA PUBLISITAS LAINNYA

---

Media publisitas yang telah disebutkan sebelumnya adalah media publisitas yang disiapkan sesuai dengan POK BPS. Dalam rangka kampanye SP2010, suatu hal yang tidak kalah pentingnya adalah melakukan kampanye melalui pendekatan personal yang dapat dilakukan oleh setiap jajaran BPS ke berbagai pihak.

Instrumen lain yang dapat digunakan oleh individu-individu BPS untuk mengkampanyekan SP2010 adalah melalui media publisitas yang dapat berkembang dengan pemanfaatan internet, seperti halaman *web*, *blog*, dan *Facebook*. Sebagai contoh, di *Facebook* sudah ada *cause* dan *group* Sensus Penduduk 2010 yang dibuat untuk mengkampanyekan muatan, fokus, dan manfaat SP2010 kepada para pengguna *Facebook*. Saat buku pedoman ini disusun, jumlah anggota yang tergabung dalam *cause* dan *group* Sensus Penduduk 2010 tersebut selalu bertambah setiap harinya.



# LAMPIRAN

<http://www.bps.go.id>



## Lampiran 1

### Alokasi Distribusi Produk Media Publisitas Salinan *Theme Song, Filler, Radio Spot, Baliho, dan Spanduk*

No.	Provinsi	<i>Theme Song, Filler, Radio Spot</i>	Baliho	Spanduk	
		Prov	Prov	Prov	Kab/kota @5 buah
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Pusat	1	3	20	-
2	NAD	1	1	12	115
3	Sumatra Utara	1	1	12	140
4	Sumatra Barat	1	1	12	95
5	Riau	1	1	12	55
6	Jambi	1	1	12	50
7	Sumatra Selatan	1	1	12	75
8	Bengkulu	1	1	12	45
9	Lampung	1	1	12	55
10	Kep. Bangka Belitung	1	1	12	35
11	Kepulauan Riau	1	1	12	30
12	DKI Jakarta	1	1	12	30
13	Jawa Barat	1	1	12	130
14	Jawa Tengah	1	1	12	175
15	DI Yogyakarta	1	1	12	25
16	Jawa Timur	1	1	12	190
17	Banten	1	1	12	35
18	Ball	1	1	12	45
19	Nusa Tenggara Barat	1	1	12	45
20	Nusa Tenggara Timur	1	1	12	100
21	Kalimantan Barat	1	1	12	70
22	Kalimantan Tengah	1	1	12	70
23	Kalimantan Selatan	1	1	12	65
24	Kalimantan Timur	1	1	12	70
25	Sulawesi Utara	1	1	12	65
26	Sulawesi Tengah	1	1	12	50
27	Sulawesi Selatan	1	1	12	115
28	Sulawesi Tenggara	1	1	12	60
29	Gorontalo	1	1	12	30
30	Sulawesi Barat	1	1	12	25
31	Maluku	1	1	12	45
32	Maluku Utara	1	1	12	40
33	Papua	1	1	12	135
34	Papua Barat	1	1	12	45
Jumlah		34	36	416	2.355
Jumlah produk		34	36	2.771	

Catatan:

*Master theme song, filler, dan radio spot* disimpan di BPS Pusat untuk membuat salinannya

## Lampiran 2

### Alokasi Distribusi Produk Media Publisitas *Standing Banner* (*x-Banner*)

No .	Provinsi	<i>Standing Banner</i>	
		Prov	Kab/kota @3 buah
(1)	(2)	(3)	(4)
1	Pusat	10	-
2	NAD	5	69
3	Sumatra Utara	5	84
4	Sumatra Barat	5	57
5	Riau	5	33
6	Jambi	5	30
7	Sumatra Selatan	5	45
8	Bengkulu	5	27
9	Lampung	5	33
10	Kep. Bangka Belitung	5	21
11	Kepulauan Riau	5	18
12	DKI Jakarta	5	18
13	Jawa Barat	5	78
14	Jawa Tengah	5	105
15	DI Yogyakarta	5	15
16	Jawa Timur	5	114
17	Banten	5	21
18	Ball	5	27
19	Nusa Tenggara Barat	5	27
20	Nusa Tenggara Timur	5	60
21	Kalimantan Barat	5	42
22	Kalimantan Tengah	5	42
23	Kalimantan Selatan	5	39
24	Kalimantan Timur	5	42
25	Sulawesi Utara	5	39
26	Sulawesi Tengah	5	30
27	Sulawesi Selatan	5	69
28	Sulawesi Tenggara	5	36
29	Gorontalo	5	18
30	Sulawesi Barat	5	15
31	Maluku	5	27
32	Maluku Utara	5	24
33	Papua	5	81
34	Papua Barat	5	27
Jumlah		175	1.413
Jumlah produk		1.588	

Catatan:

*Standing banner* dibuat oleh masing-masing BPS Provinsi dan BPS Kab/Kota dengan mengikuti ketentuan spesifikasi yang dibuatkan oleh BPS Pusat

### Lampiran 3

#### Alokasi Distribusi Produk Media Publisitas *T-Shirt* dan Pin

No	Provinsi	T-Shirt	Pin Eksekutif				Pin Karyawan	
		BPS	Prov @30 buah	Kab @6 buah	Kec @2 buah	Kel @1 buah	Prov @75 buah	Kab @20 buah
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Pusat	2.400	500	-	-	-	1.500	-
2	NAD	418	30	138	532	6.243	75	460
3	Sumatra Utara	686	30	168	790	6.392	75	560
4	Sumatra Barat	407	30	114	320	918	75	380
5	Riau	302	30	66	300	1.563	75	220
6	Jambi	268	30	60	228	1.300	75	200
7	Sumatra Selatan	365	30	105	400	2.971	75	300
8	Bengkulu	194	30	63	198	1.314	75	180
9	Lampung	361	30	77	396	2.265	75	220
10	Kep. Bangka Belitung	138	30	49	72	325	75	140
11	Kepulauan Riau	141	30	42	104	294	75	120
12	DKI Jakarta	244	30	42	88	3.507	75	120
13	Jawa Barat	883	30	182	1.206	5.832	75	520
14	Jawa Tengah	1.162	30	245	1.100	8.329	75	700
15	DI Yogyakarta	242	30	35	158	440	75	100
16	Jawa Timur	1.215	30	266	1.320	8.503	75	760
17	Banten	246	30	49	304	1.501	75	140
18	Ball	253	30	63	112	703	75	180
19	Nusa Tenggara Barat	300	30	54	226	890	75	180
20	Nusa Tenggara Timur	431	30	120	456	3.087	75	400
21	Kalimantan Barat	336	30	84	338	1.683	75	280
22	Kalimantan Tengah	256	30	84	190	1.361	75	280
23	Kalimantan Selatan	352	30	78	254	1.957	75	260
24	Kalimantan Timur	309	30	84	278	1.427	75	280
25	Sulawesi Utara	260	30	78	266	1.335	75	260
26	Sulawesi Tengah	232	30	60	258	1.628	75	200
27	Sulawesi Selatan	549	30	138	596	2.892	75	460
28	Sulawesi Tenggara	258	30	72	346	1.937	75	240
29	Gorontalo	130	30	36	94	476	75	120
30	Sulawesi Barat	140	30	30	116	507	75	100
31	Maluku	186	30	54	134	866	75	180
32	Maluku Utara	130	30	48	156	919	75	160
33	Papua	332	30	162	604	2.816	75	540
34	Papua Barat	169	30	54	2.364	1.182	75	180
Jumlah		14.295	1.490	3.000	14.304	77.363	3.975	9.420
Jumlah produk		14.295	96.157			13.395		

## Lampiran 4

## Jumlah Pegawai Badan Pusat Statistik

No.	Provinsi	Jenis Jabatan						Jumlah
		Esl. I	Esl. II	Esl. III	Esl. IV	Fungs	Staf	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Pusat	7	25	83	223	304	848	1.490
2	NAD	0	1	28	90	55	238	412
3	Sumatra Utara	0	1	30	148	122	379	680
4	Sumatra Barat	0	1	25	104	80	191	401
5	Riau	0	1	17	66	22	190	296
6	Jambi	0	1	16	67	58	120	262
7	Sumatra Selatan	0	1	21	85	37	215	359
8	Bengkulu	0	1	15	47	13	112	188
9	Lampung	0	1	17	68	44	225	355
10	Kep. Bangka Belitung	0	1	13	23	11	84	132
11	Kepulauan Riau	0	1	12	25	3	94	135
12	DKI Jakarta	0	1	12	54	61	110	238
13	Jawa Barat	0	1	32	171	165	508	877
14	Jawa Tengah	0	1	41	229	269	616	1.156
15	DI Yogyakarta	0	1	10	50	64	111	236
16	Jawa Timur	0	1	43	242	365	558	1.209
17	Banten	0	1	13	57	31	138	240
18	Ball	0	1	15	73	40	118	247
19	Nusa Tenggara Barat	0	1	15	73	37	168	294
20	Nusa Tenggara Timur	0	1	23	100	65	236	425
21	Kalimantan Barat	0	1	19	67	79	164	330
22	Kalimantan Tengah	0	1	20	65	45	119	250
23	Kalimantan Selatan	0	1	19	83	77	166	346
24	Kalimantan Timur	0	1	19	90	51	142	303
25	Sulawesi Utara	0	1	15	53	34	151	254
26	Sulawesi Tengah	0	1	16	58	21	130	226
27	Sulawesi Selatan	0	1	29	140	71	302	543
28	Sulawesi Tenggara	0	1	16	59	23	153	252
29	Gorontalo	0	1	12	32	8	71	124
30	Sulawesi Barat	0	1	11	23	7	92	134
31	Maluku	0	1	14	36	12	117	180
32	Maluku Utara	0	1	14	28	17	64	124
33	Papua	0	1	26	85	26	188	326
34	Papua Barat	0	1	15	53	11	82	162
	Jumlah	7	58	726	2.867	2.328	7.200	13.186

Catatan :

Data jumlah pegawai merupakan data per 23 Februari 2009

## Lampiran 5

### Jumlah Kabupaten, Kecamatan, dan Desa Menurut Provinsi

No	Unit Organisasi	Jumlah Kabupaten	Jumlah Kecamatan	Jumlah desa
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Pusat	23	266	6.243
2	NAD	28	395	6.392
3	Sumatra Utara	19	160	918
4	Sumatra Barat	11	150	1.563
5	Riau	10	114	1.300
6	Jambi	15	200	2.971
7	Sumatra Selatan	9	99	1.314
8	Bengkulu	11	198	2.265
9	Lampung	7	36	325
10	Kep. Bangka Belitung	6	52	294
11	Kepulauan Riau	6	44	3.507
12	DKI Jakarta	26	603	5.832
13	Jawa Barat	35	550	8.329
14	Jawa Tengah	5	79	440
15	DI Yogyakarta	38	660	8.503
16	Jawa Timur	7	152	1.501
17	Banten	9	56	703
18	Ball	9	113	890
19	Nusa Tenggara Barat	20	228	3.087
20	Nusa Tenggara Timur	14	169	1.683
21	Kalimantan Barat	14	95	1.361
22	Kalimantan Tengah	13	127	1.957
23	Kalimantan Selatan	14	139	1.427
24	Kalimantan Timur	13	133	1.335
25	Sulawesi Utara	10	129	1.628
26	Sulawesi Tengah	23	298	2.892
27	Sulawesi Selatan	12	173	1.937
28	Sulawesi Tenggara	6	47	476
29	Gorontalo	5	58	507
30	Sulawesi Barat	9	67	866
31	Maluku	8	78	919
32	Maluku Utara	27	302	2.816
33	Papua	9	1.182	1.182
34	Papua Barat	23	266	6.243
	Jumlah	471	7.152	77.363