

# OPEN BIDDING COMMUNICATION & STRATEGY DEVELOPMENT

## Latar Belakang

Untuk menjalankan programnya, WWF-Indonesia memiliki sebuah perencanaan strategis program untuk jangka waktu lima tahunan. Saat ini WWF-Indonesia memasuki strategi program baru, hingga tahun 2030. Dengan adanya strategi tujuh tahun tersebut, WWF-Indonesia memiliki tekad dan keyakinan untuk terus melindungi kehidupan di bumi dan membantu membangun masa depan yang berkelanjutan di Indonesia.

WWF-Indonesia menjaga kegiatan konservasi berbasis lokasi/area, mempromosikan praktik terbaik di sektor produksi berbasis lahan dan laut, dan tata kelola sumber daya yang adil, memimpin kampanye dan advokasi, serta memengaruhi mobilisasi sumber daya, kerangka kebijakan yang sesuai, dan bisnis untuk praktik yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Namun, selama pelaksanaan Rencana Strategi tahun, 2019-2023, tantangan eksternal dan internal telah memberikan pelajaran berharga bagi WWF-Indonesia. Oleh karena itu, dalam mengembangkan strategi berikutnya, WWF-Indonesia perlu mempertimbangkan peran, strategi, dan pendekatan yang harus diambil organisasi dalam tujuh tahun kerja mendatang.

## Tujuan

Strategi komunikasi WWF-Indonesia bertujuan untuk sebagai berikut:

1. Menetapkan tujuan komunikasi jangka pendek dan jangka panjang
2. Mengetahui profil audiens dan menetapkan target audiens
3. Mengetahui kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman
4. Menetapkan sasaran komunikasi yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan terbatas waktu (SMART)
5. Menetapkan pesan kunci dan menetapkan narasumber utama
6. Menetapkan taktik komunikasi: Menetapkan media dan saluran komunikasi yang efektif, strategi offline dan online
7. Menetapkan kampanye dan edukasi
8. Menetapkan Pengelolaan krisis komunikasi

## Keluaran yang diharapkan

1. Dokumen strategi komunikasi dan advokasi serta program kerja (SP WWF-Indonesia 2023-2030) yang efektif dan efisien diantara tim komunikasi serta pihak-pihak yang terkait dalam masing-masing program untuk pencapaian target.
2. Dokumen pengelolaan krisis komunikasi WWF-Indonesia, identifikasi resiko komunikasi dan rencana pengelolaan krisis

3. Kesepakatan kegiatan-kegiatan kampanye dan edukasi dari masing-masing tim maupun terintegritas yang akan diangkat dalam tujuh tahun kedepan
4. Dokumen SOP komunikasi nasional
5. Dokumen Pengukuran dan Evaluasi Komunikasi

Adanya strategi komunikasi ini diharapkan dapat memenuhi target komunikasi nasional sebagai berikut:

1. Peningkatan 5 persen awareness dari baseline survey (lihat hasil survey 2023 adalah 75), target ini menjadi 80 (need further discussion for this target).
2. Mempertahankan WWF-Indonesia sebagai NGO yang menjadi top of mind (lihat hasil survey)

#### **Waktu dan Tempat**

Akan disepakati kemudian

#### **Agenda**

Akan didiskusikan dengan pihak/agency terpilih

#### **Batas Waktu**

Konfirmasi keikutsertaan bidding paling lambat tanggal **20 Maret 2024** ke alamat email : [Procurement@wwf.id](mailto:Procurement@wwf.id)

Presentasi dari WWF-Indonesia akan diagendakan tanggal **26 Maret 2024**