

Manajemen Publisitas



Manajemen Publisitas



©Badan Pusat Statistik

Manajemen Publisitas SE2016

Katalog BPS:1403041

Diterbitkan oleh:
Badan Pusat Statistik

Pengarah:
Dr. Adi Lumaksono, MA.

Penanggungjawab:
Yeane Irmaningrum S., MA

Penulis:
Ade Riyawan, SST, M.Si

Editor:
Diyah Wulandari, S.Si

Penata Letak:
Ade Riyawan, SST, M.Si

Kulit Muka:
Subdit Publikasi dan Kompilasi Statistik

Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2015

Kata Pengantar

Badan Pusat Statistik (BPS) menyelenggarakan kegiatan nasional Sensus Ekonomi 2016 (SE2016). SE2016 bertujuan untuk mengumpulkan dan menyajikan data dasar seluruh kegiatan ekonomi, kecuali sektor pertanian, sebagai landasan bagi penyusunan kebijakan, perencanaan dan evaluasi pembangunan. Keberhasilan SE2016 tak lepas dari partisipasi aktif seluruh komponen bangsa untuk turut mendukung dan menyukseskannya.

BPS senantiasa menyadari bahwa tantangan terbesar di setiap penyelenggaraan statistik, baik yang dilakukan melalui sensus maupun survei, tak terlepas dari penerimaan dan jawaban responden. Jawaban responden yang tidak sesuai fakta, tentu berimbas pada kualitas data yang dihasilkan. Untuk itu diperlukan Publisitas SE2016 yang bertujuan menumbuhkan kesadaran (*awareness*) masyarakat untuk mengetahui tentang SE2016, mau menerima petugas dan memberikan jawaban apa adanya.

Publisitas SE2016 dilakukan secara masif, intensif, seragam, berkesinambungan, dan serentak ke segenap target sasaran. Untuk itu, disusunlah Buku Manajemen Publisitas SE2016. Buku ini berisi strategi, target, media, dan *roadmap* publisitas sebagai acuan pelaksanaan publisitas oleh seluruh jajaran BPS di pusat dan daerah.

Publisitas yang efektif akan mendukung keberhasilan pelaksanaan SE2016. Buku ini merupakan petunjuk umum dalam pelaksanaan publisitas, sehingga inovasi jajaran BPS dalam mengoptimalkan pemanfaatan media yang disiapkan melalui beragam saluran komunikasi sangat diharapkan. Selamat bekerja.

Jakarta, September 2015

Kepala Badan Pusat Statistik


Suryamin



	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
STRATEGI PUBLISITAS	3
Tema SE2016	4
Tujuan Publisitas SE2016	4
Strategi Publisitas SE2016	4
Pesan	7
Khalayak Sasaran	7
Segmentasi Pelaku Usaha	8
MEDIA PUBLISITAS SE2016	11
Logo SE2016	11
Maskot SE2016	12
Slogan SE2016	12
Media Publisitas SE2016	12
ROADMAP PUBLISITAS SE2016	21
LAMPIRAN	27



	Halaman
Tabel 1. Media Publisitas SE2016	13
Tabel 2. Rangkaian Kegiatan Publisitas SE2016 BPS Pusat Tahun 2015	22
Tabel 3. Rangkaian Kegiatan Publisitas SE2016 BPS Pusat dan BPS Daerah Tahun 2016	24
Tabel 4. Rencana Kerja Publisitas SE2016	26
Tabel 5. Segmentasi Pelaku Usaha dan Media Publisitas	26
Tabel A. Dasar Hitung Alokasi Media Publisitas SE20216 menurut Provinsi	42
Tabel B. Alokasi Buku Manajemen Publisitas SE2016 menurut Provinsi	43
Tabel C. Alokasi Buku Panduan Publisitas SE2016 untuk Pegawai menurut Provinsi	44
Tabel D. Alokasi Buku Panduan Publisitas SE2016 untuk Pengusaha menurut Provinsi	45
Tabel E. Alokasi Leaflet SE2016 menurut Provinsi	46
Tabel F. Alokasi Poster SE2016 menurut Provinsi	47
Tabel G. Alokasi Stiker SE2016 menurut Provinsi	48
Tabel H. Alokasi Distribusi Kaos SE2016 menurut Provinsi	49
Tabel I. Alokasi Distribusi Pin SE2016	50
Tabel J. Alokasi Gantungan Kunci SE2016 menurut Provinsi	51



	Halaman
Gambar 1. Diagram Penyampaian Ide/Gagasan dalam Proses Komunikasi	5
Gambar 2. Strategi Publisitas SE2016: Gunakan Semua Cara	6
Gambar 3. Ragam Pemanfaatan Media	6
Gambar 4. Logo SE2016	11
Gambar 5. Maskot SE2016	12
Gambar 6. <i>Roadmap</i> Publisitas	21
Gambar 1). Cover Buku Manajemen Publisitas SE2016	31
Gambar 2). Cover Buku Saku Pedoman Publisitas untuk Pegawai	31
Gambar 3). Cover Buku Saku Publisitas untuk Pengusaha	31
Gambar 4). Leaflet tampak depan	32
Gambar 5). Leaflet tampak Belakang	32
Gambar 6). Desain Poster 1	33
Gambar 7). Desain Poster 2	34
Gambar 8). Desain Poster 3	35
Gambar 9). Desain <i>Roll Banner</i>	36
Gambar 10). Desain Spanduk 1 (5x1 m)	37
Gambar 11). Desain Spanduk 2 (7,45x1,45 m)	37
Gambar 12). Desain Stiker <i>One Way Vision</i>	38
Gambar 13). Desain Baliho	38
Gambar 14). Kaos SE2016	39
Gambar 15). Pin SE2016	39
Gambar 16). Plakat SE2016	40
Gambar 17). Umbul-umbul SE2016	40
Gambar 18). Stiker versi 1 (10x5 cm)	41
Gambar 19). Stiker versi 2 (20x10 cm)	41
Gambar 20). Gantungan Kunci SE2016	41



STRATEGI
PUBLISITAS
SUKSES
P
I
K
L
P
A
S
R
N
A

RUSSUS
EKONOMI
SUKSES
2016
P
I
N
G
T
A
A
B
A
L
I
H
O

SEGMENTASI
PUBLISITAS
RADIO MEDIA
TELEVISI
P
E
R
S
A
N
T
A
R
G
E
T
K
I
C
A
R
A
P
E
R
T
A
R
G
E
T
A
A
N
S
E
G
M
E
N
P
U
B
L
I
S
I
T
A
S
R
A
D
I
O
M
E
D
I
A
T
E
L
E
V
I
S
I

S
E
G
M
E
N
P
E
N
G
U
S
A
H
A
N
P
E
N
G
U
S
A
H
A
N

PESAN PSA ONLINE
RADIO GAGASAN
IDE
PUBLISITAS
SE
EK
NO

SN
U
S
M
P
I
S
A

CARA MUATAN
MANFAAT PSA
GUNA KAN I KLAN

HA
A
N

MASSA TARGET
KOMUNIKASI MASSA
PUBLISITAS IDEA

C
A
R
A

STRATEGI PUBLISITAS

*Mulai dari kita
Gunakan semua media
Galakkan partisipasi aktif masyarakat*

Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2016 akan melaksanakan Sensus Ekonomi (SE2016) yang merupakan amanat Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1997. Sensus Ekonomi diselenggarakan setiap sepuluh tahun sekali yang waktu penyelenggaraannya diatur dalam Peraturan Pemerintah RI Nomor 51 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Statistik. SE2016 merupakan Sensus Ekonomi keempat yang dilakukan oleh BPS sejak pertama kali diselenggarakan tahun 1986.

SE2016 bertujuan untuk mengumpulkan dan menyajikan data dasar seluruh kegiatan ekonomi, kecuali sektor pertanian, sebagai landasan bagi penyusunan kebijakan, perencanaan dan evaluasi pembangunan. Pendataan dilakukan serentak di seluruh wilayah Indonesia pada Bulan Mei tahun 2016.

Penyelenggaraan Sensus Ekonomi menjadi tanggung jawab BPS sebagaimana tercantum dalam Peraturan Presiden Nomor 86 Tahun 2007 tentang Badan Pusat Statistik. Meskipun demikian, keberhasilan SE2016 juga ditentukan oleh partisipasi aktif seluruh komponen bangsa untuk turut mendukung dan menyukseskannya sehingga tujuan umum SE2016, yakni mendapatkan data statistik usaha yang lengkap, akurat, dan relevan dapat terwujud.

Tantangan dan hambatan dalam penyelenggaraan sensus tidak hanya bersumber dari besarnya cakupan kegiatan dan batasan waktu pelaksanaan, tetapi juga bersumber dari hal-hal berikut:

1. adanya persepsi negatif masyarakat terhadap penyelenggaraan kegiatan yang dilakukan pemerintah sebagai akibat dari tidak adanya pengaruh langsung yang dirasakan oleh masyarakat sebagai objek dari kegiatan;
2. minimnya informasi yang diterima masyarakat tentang pelaksanaan sensus. Masyarakat tidak mengetahui maksud, tujuan, dan manfaat dari kegiatan sensus itu sendiri;
3. kecenderungan masyarakat untuk menutupi data sebenarnya dan mengaitkan pendataan dengan program bantuan;
4. minimnya pengetahuan masyarakat tentang Badan Pusat Statistik (BPS). Sosialisasi yang dilakukan BPS selama ini masih minim, masyarakat lebih mengenal BPS sebatas sebagai penyelenggara Sensus Penduduk.

Hal ini harus segera disikapi melalui penyebarluasan informasi yang benar mengenai fokus, muatan, dan manfaat SE2016. Terkait dengan kepentingan tersebut, BPS dan segenap jajarannya serta para pemangku kepentingan (stakeholders) memandang perlu melakukan Publisitas SE2016.

Tema SE2016

Tema merupakan pokok pikiran atau dasar cerita dari suatu kegiatan. Tema penting bagi keseragaman pesan dalam suatu proses komunikasi. Untuk mendapat dukungan dari para pelaku usaha dan partisipasi aktif seluruh komponen masyarakat terhadap kegiatan SE2016, maka ditetapkanlah tema SE2016:

“Menyediakan Informasi untuk Pengembangan Usaha dan Daya Saing Bangsa”

Tema tersebut membawa pesan bahwa kepedulian para pelaku usaha dalam menerima petugas SE2016 akan mewujudkan tersedianya informasi statistik yang dibutuhkan pemerintah, kementerian/lembaga, asosiasi, swasta, dan stakeholder lainnya sehingga pembangunan yang digalakkan di segala bidang dapat terwujud, yang pada akhirnya mampu meningkatkan pengembangan usaha dan daya saing bangsa.

Tujuan Publisitas SE2016

Secara garis besar tujuan Publisitas SE2016 adalah meningkatkan partisipasi responden (*response rate*) usaha ekonomi non pertanian, melalui:

- penyebarluasan informasi mengenai fokus, muatan, dan manfaat SE2016 kepada masyarakat khususnya para pelaku usaha;
- partisipasi aktif masyarakat dan stakeholder dalam penyelenggaraan SE2016; dan
- menumbuhkan kesadaran para pelaku usaha akan pentingnya memberikan jawaban apa adanya.

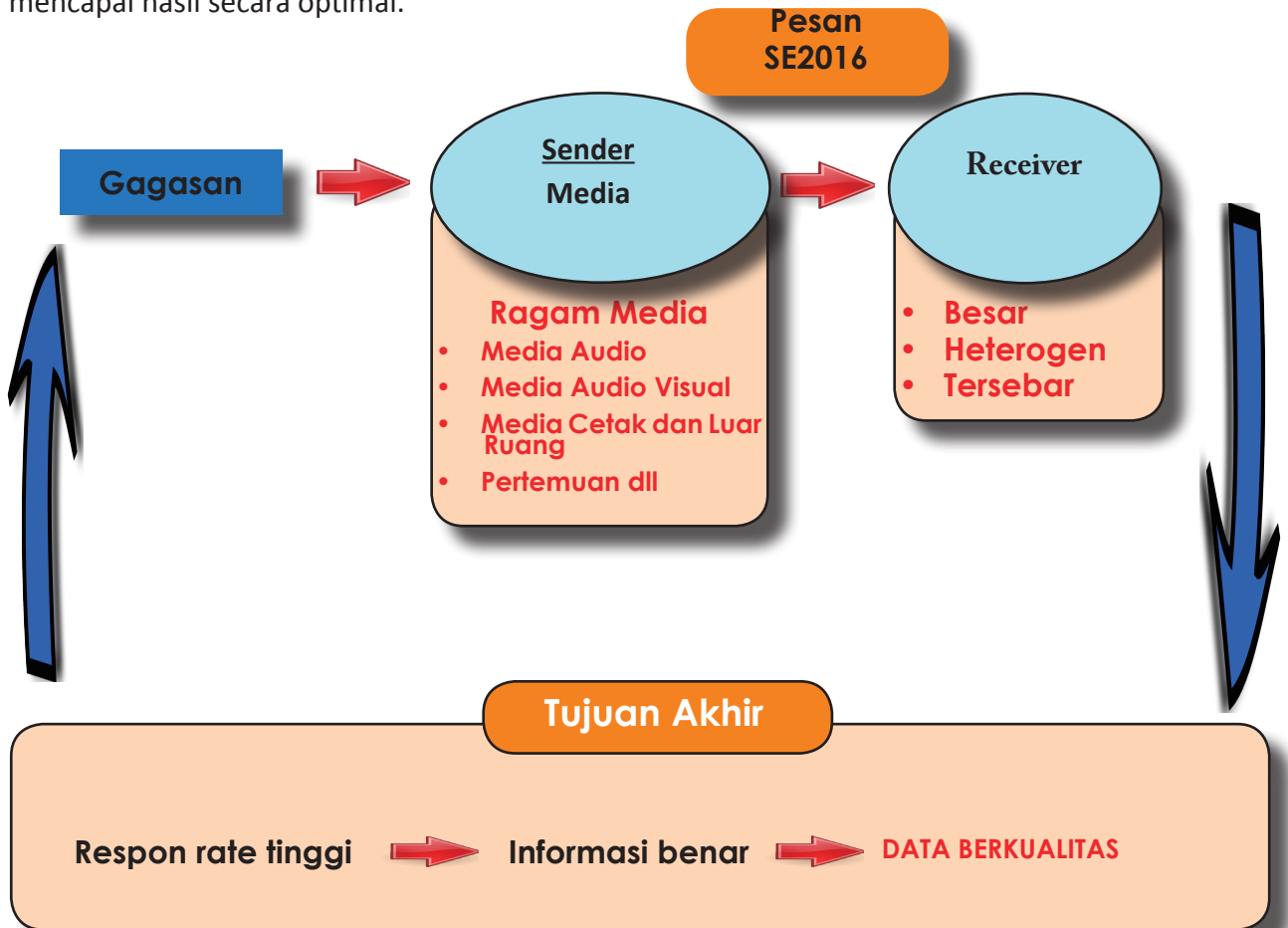
Untuk mewujudkan tujuan tersebut di atas, disiapkan berbagai media publisitas yang dapat memberikan penjelasan kepada masyarakat terkait SE2016.

Strategi Publisitas SE2016

Publisitas merupakan proses penyampaian pesan, ide atau gagasan. Publisitas SE2016 dilakukan secara bersama-sama dan serentak untuk mengenalkan SE2016. Publisitas menjadi bagian penting dari persiapan dan menentukan keberhasilan pelaksanaan suatu kegiatan. Berbagai bentuk media publisitas diperlukan sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesan suatu kegiatan.

Ada tiga elemen utama penyampaian ide/gagasan dalam proses komunikasi agar efektif dan efisien, yaitu sumber atau pengirim (sender), pesan (message), dan penerima pesan (receiver). Secara singkat proses penyampaian ide atau gagasan dapat digambarkan pada diagram pada gambar 1.

Pesan adalah semua bentuk informasi, pernyataan, dan penjelasan tentang kegiatan yang akan dilaksanakan. Media adalah semua bentuk sarana dan saluran komunikasi agar pesan dapat diterima publik/khalayak sasaran pada waktu yang tepat. Khalayak merupakan masyarakat atau kelompok tertentu di masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi. Khalayak sasaran haruslah ditetapkan secara jelas agar strategi yang dilaksanakan dapat mencapai hasil secara optimal.

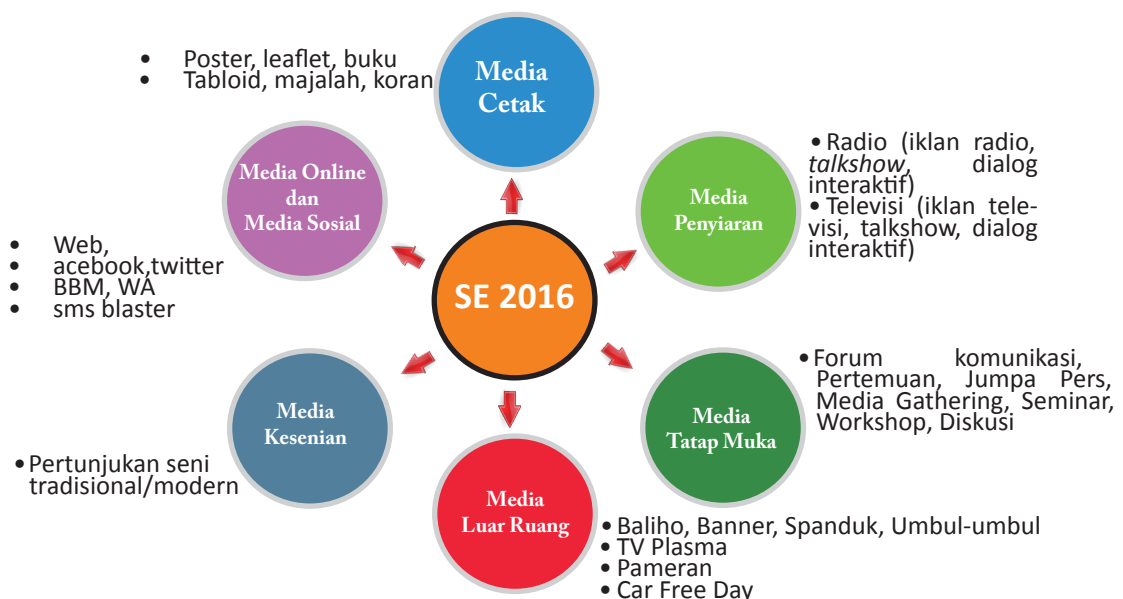


Gambar 1. Diagram Penyampaian Ide/Gagasan dalam Proses Komunikasi

Seluruh jajaran dan keluarga BPS adalah petugas publisitas SE2016. **Gunakan semua cara/media:** interaksi personal langsung, kesempatan rapat dengan pemerintah daerah, kesempatan supervisi kegiatan rutin, liputan di media cetak dan elektronik, telepon, short message service (SMS), halaman web, Facebook, twitter, e-mail, mailing list (milis), dan sejenisnya untuk menyampaikan pesan SE2016. Pedoman publisitas yang disiapkan BPS Pusat hanya berupa panduan umum, inovasi dari BPS Provinsi dan BPS Kabupaten/Kota diharapkan muncul sesuai dengan situasi dan bidang keahlian masing-masing.



Gambar 2. Strategi Publisitas SE2016: Gunakan Semua Cara



Gambar 3. Ragam Pemanfaatan Media

Masyarakat merupakan subjek sekaligus objek dalam publisitas SE2016, sehingga setiap komponen masyarakat diajak berpartisipasi, khususnya dalam SE2016. Untuk menggalang partisipasi aktif masyarakat maka interaksi langsung dengan masyarakat melalui pertemuan-pertemuan, baik formal maupun informal perlu dilakukan. Secara formal, bentuk pertemuan yang dapat dilakukan adalah rapat interkementerian/dinas dengan sasaran peserta berasal dari instansi terkait dan langsung memiliki kepentingan terhadap data SE2016.

Adapun pendekatan informal dilakukan terhadap tokoh-tokoh masyarakat di tingkat provinsi, kabupaten/kota, kecamatan sampai ke kelurahan/desa. Para tokoh penggerak

organisasi masyarakat, tokoh pengusaha, ketua asosiasi, majelis agama, dan forum pertemuan lainnya diberikan penjelasan mengenai fokus, muatan, dan manfaat SE2016. Target yang harus dicapai adalah bahwa mereka yang menjadi sasaran publisitas selanjutnya akan menginfokan kembali secara mandiri tentang pelaksanaan SE2016.

Seluruh pegawai BPS sebanyak ±16.000 merupakan aset berharga yang dapat dimanfaatkan sebagai agen publisitas SE2016. Interaksi aktif pegawai dengan masyarakat (*direct selling*) melalui pertemuan formal maupun informal (RT, RW, dan lingkungan) merupakan modal berharga dari sisi komunikasi. Begitu pula media sosial pegawai dan keluarga (Twitter, Facebook, BBM, dan WA) juga merupakan akses yang sangat berharga untuk membumikan SE2016.

Pesan

Setiap publisitas yang dilaksanakan harus memuat pesan yang jelas. Pesan yang disampaikan melalui kegiatan Publisitas SE2016 adalah agar para pelaku usaha:

1. mengetahui:
 - Pengertian Sensus Ekonomi;
 - Tanggal pelaksanaan SE2016;
 - Fokus sasaran, cakupan, dan muatan SE2016;
 - Mekanisme pendataan; dan
 - Butir-butir pertanyaan dalam kuesioner SE2016.
2. memercayai:
 - SE2016 tidak terkait pajak dan tidak berbayar;
 - Data responden SE2016 bersifat rahasia;
 - Manfaat hasil SE2016;
3. melakukan:
 - Menerima petugas dengan baik
 - Memberikan jawaban apa adanya.

Khalayak Sasaran

Sasaran Publisitas SE2016 ditentukan berdasar cakupan dari kegiatan SE2016. Adapun sasaran dan cakupan SE2016 meliputi seluruh Usaha/Perusahaan non Pertanian yang bertempat di lokasi tetap/permanen (Mall, Perkantoran), di lokasi tidak tetap (kaki lima, Pasar Kaget), Usaha keliling, dan di rumah tangga (warung) dan mencakup Pelaku Usaha Pemerintah (sekolah, RS), Lembaga Non Provit (tempat ibadah, RS Swasta, Organisasi Sosial), Korporasi/Perusahaan (restoran, supermarket, hotel), dan rumah tangga (usaha *on line* dan sektor non formal).

Keberhasilan SE2016 sangat dipengaruhi oleh tersampainya pesan SE2016 pada target khalayak sasaran. Setiap komponen masyarakat merupakan pembawa pesan atau

komunikator (*agent of campaign*) dalam mempublikasikan SE2016. Komponen masyarakat yang dimaksud biasanya berasal dari kelompok masyarakat yang eksistensi, profesi, dan aktivitasnya berinteraksi secara langsung dengan khalayak sasaran serta berkepentingan terhadap data SE2016. Berdasar sasaran dan cakupan SE2016, maka publisitas SE2016 juga mempunyai sasaran dan cakupan yang sama, namun dengan sasaran utama sebagai berikut:

1. semua perangkat pemerintah terkait, tokoh masyarakat, dan organisasi kemasyarakatan yang ada di tingkat provinsi sampai desa/kelurahan (Gubernur, Bupati/Walikota, Camat, Lurah/Kepala Desa, DPRD Provinsi, DPRD Kabupaten/Kota, dll). Termasuk kalangan akademisi (pelajar, mahasiswa, guru, dan dosen);
2. semua pengelola kawasan konsentrasi seperti kawasan industri, kawasan perdagangan, dan kawasan-kawasan yang memiliki karakteristik sektor khusus lainnya. Termasuk dalam kelompok ini adalah para Pimpinan Perusahaan;
3. jajaran organisasi yang menaungi perusahaan dan karyawan (Asosiasi, Himpunan, Koperasi, Serikat Pekerja);
4. pelaku usaha dan pegawainya yang akan menjadi responden dalam kegiatan SE2016.

Untuk memaksimalkan partisipasi aktif masyarakat yang lebih luas dan menciptakan *multiplier effect* penyebaran pesan SE2016, kelompok masyarakat tersebut di atas perlu menjadi prioritas publisitas. Harapannya sistem *gethok tular* tercapai, dimana setiap sasaran publisitas —misal para pelaku usaha— akan menyebarkan kembali SE2016 pada pelaku usaha lain, misal melalui media sosial (facebook, twitter, dll) dari para pengusaha tersebut.

Segmentasi Pelaku Usaha

Para pelaku usaha yang menjadi target sasaran utama publisitas SE2016 dibedakan menjadi tiga golongan yaitu: Pengusaha Kecil, Pengusaha Menengah, dan Pengusaha Besar. Sebagian besar kendala dari pendataan dengan responden pelaku usaha/pengusaha berasal dari rendahnya response rate dari pelaku usaha menengah dan besar.

Untuk itu, pemilihan ragam media juga dibedakan menurut segmentasi pelaku usaha agar lebih efektif dan tepat sasaran.

1. Pengusaha kecil: media elektronik/cetak, sosial media, media kesenian, dll;
2. Pengusaha menengah: media elektronik/cetak, pertemuan sosialisasi, sosial media, dll;
3. Pengusaha besar: media elektronik/cetak, pertemuan sosialisasi (coffee morning), penghargaan, sosial media, audiensi dll.

Setiap daerah memiliki ciri khas, adat istiadat serta media lokal yang berbeda-beda, untuk itu diperlukan inovasi BPS provinsi/kabupaten/kota untuk mendukung misi publisitas.



MEDIA PUBLISITAS SE2016

Media publisitas merupakan seperangkat alat komunikasi yang dirancang khusus untuk mengemas pesan publisitas secara sederhana, jelas, konsisten, dan mampu meyakinkan publik. Media publisitas dirancang menggunakan visualisasi yang menarik, artikulasi dan tekstual yang informatif serta persuasif. Keseragaman atribut dan strategi pemanfaatan media publisitas merupakan hal penting yang harus diperhatikan untuk membangun pemahaman yang sama dan positif di masyarakat.

Segmentasi sasaran merupakan bagian penting dalam strategi komunikasi. Untuk itu diperlukan strategi komunikasi dalam pemilihan media publisitas. Tidak ada satu media yang efektif untuk semua lapisan masyarakat.

Untuk memudahkan masyarakat mengingat adanya suatu kegiatan, diperlukan suatu simbol/lambang. SE2016 memiliki logo dan maskot yang sangat erat dengan sifat kegiatan. Penggunaan logo dan maskot dalam beragam media publisitas SE2016 akan membantu efektivitas penyebarluasan dan penyampaian pesan publisitas.

Logo SE2016

Logo SE2016 merupakan kesatuan dari logogram (logo bergambar) dengan logotype (logo dalam bentuk tulisan) yang ditampilkan dalam bentuk visual. Logo bertuliskan SE2016 dengan ilustrasi logo berbentuk segi enam. Huruf "SE" merupakan singkatan dari Sensus Ekonomi, dan "2016" berarti tahun 2016 yang artinya Sensus Ekonomi dilaksanakan pada tahun 2016. Sedangkan bentuk dasar segi enam melambangkan Sensus Ekonomi dilaksanakan ditahun yang berakhiran 6.



Gambar 4. Logo SE2016

Perpaduan warna orange, kuning, hitam, dan merah terdapat pada logo SE2016. Warna orange mencerminkan kegiatan ekonomi yang semarak, antusiasme menyambut hajatan besar sepuluh tahunan dibidang ekonomi. Warna kuning adalah warna yang cerah sehingga menarik perhatian setiap orang yang melihat. Warna hitam melambangkan kekuatan untuk menghasilkan data Sensus Ekonomi yang beragam. Warna merah menggambarkan passion/semangat untuk menghasilkan data yang akurat dan terpercaya melalui pelaksanaan SE2016.

Sebagai identitas utama, logo SE2016 dimunculkan dalam instrumen pendataan (kuesioner), buku-buku pedoman, dan media publisitas SE2016. Untuk mendapatkan publisitas yang lebih luas, logo SE2016 bisa dicantumkan juga dalam perangkat pendukung lainnya yang terkait dengan kegiatan SE2016, seperti kop surat, alat tulis kantor (ATK), dan sertifikat.

Maskot SE2016

Maskot merupakan karakter atau icon yang bertindak sebagai duta pesan utama dalam publisitas SE2016. Maskot SE2016 adalah Bung Itung seperti yang dipakai dalam publisitas Sensus Penduduk 2010 (SP2010) dan Sensus Pertanian (ST2013) dengan perubahan penggunaan baju oranye yang mengasosiasikan Sensus Ekonomi. Adapun karakteristik maskot SE2016 adalah sebagai berikut:

- Nama maskot SE2016 adalah Bung Itung
- Menggambarkan petugas sensus sebagai ujung tombak kegiatan BPS yang bekerja secara profesional, integritas, dan amanah serta senantiasa ceria, ramah, dan bersahabat dalam mengemban tugas mengumpulkan data SE2016.



Gambar 5. Maskot SE2016

Slogan SE2016

Slogan SE2016 adalah “**Ayo Sukseskan SE2016**”. **Ayo** kita semua –seluruh Usaha/Perusahaan non Pertanian yang bertempat di lokasi tetap/permanen (Mall, Perkantoran), di lokasi tidak tetap (kaki lima, pasar kaget), usaha keliling, dan di rumah tangga (warung) dan mencakup Pelaku Usaha Pemerintah (sekolah, RS), Lembaga Non Profit (tempat ibadah, RS Swasta, Organisasi Sosial), Korporasi/Perusahaan (restoran, supermarket, hotel), dan rumah tangga (usaha on line, non formal sektor) – secara bersama-sama berpartisipasi aktif **sukseskan** pelaksanaan **SE2016** pada 1—31 Mei 2016.

Media Publisitas yang Disiapkan

Untuk menjangkau dan meningkatkan efektivitas publisitas SE2016 ke semua lapisan masyarakat dibutuhkan beragam media publisitas. Adapun frekuensi dan distribusi media publisitasnya disesuaikan dengan kebutuhan dan anggaran yang dialokasikan di masing-masing BPS provinsi dan BPS kabupaten/kota.

Tabel 1. Media Publisitas SE2016

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
No	Media	Jenis	Deskripsi	Spesifikasi	Penggunaan	Keterangan
1.	Audio	Theme song	<ul style="list-style-type: none"> Musik atau lagu bertemakan SE2016 yang <i>easy to listen</i> sehingga pendengar bisa mendapatkan pemahaman mengenai kegiatan SE2016. Theme song SE2016 dibuat dalam versi mars Pengadaan oleh BPS Pusat. BPS Daerah akan mendapatkan copy CD theme song SE2016. 	<ul style="list-style-type: none"> Format: MP3 dan MP4 Durasi: 1 – 2 menit 	<ul style="list-style-type: none"> Disiarkan di televisi (dipaketkan dalam PSA) dan radio (dipaketkan dalam <i>radio spot</i>); Theme song diperdengarkan pada pertemuan formal seperti Rapat Teknis Nasional, pelatihan petugas, rapat interkementerian, dan lainnya; dan Diperdengarkan di Kantor BPS saat menjelang masuk dan pulang 	<ul style="list-style-type: none"> Lirik Theme Song Lampiran 1.
		Radio spot	<ul style="list-style-type: none"> Pesan singkat dalam format dialog yang memuat informasi tentang waktu pelaksanaan, cakupan, dan manfaat hasil SE2016. Pengadaan oleh BPS Pusat. BPS Daerah akan mendapatkan copy CD radio spot SE2016. 	<ul style="list-style-type: none"> Format: MP3 dan MP4 Durasi: 1 menit 	Disiarkan di radio berskala nasional.	Script Radio Spot: Lampiran 2.
2.	Audio visual	Public Service Announcement (PSA) Film Dokumenter Menyongsong Sensus Ekonomi 2016	<ul style="list-style-type: none"> Iklan layanan masyarakat dalam format video yang berisi ajakan agar para pelaku usaha siap menerima tugas, memberikan jawaban sebenarnya, dan menyukseskan SE2016. Pengadaan oleh BPS Pusat. BPS Daerah akan mendapatkan copy CD PSA SE2016. Tayangan yang berisi tentang perjalanan Sensus Ekonomi hingga masa kini. Pengadaan oleh BPS Pusat. BPS Daerah akan mendapatkan CD Film Dokumenter Sensus Ekonomi 2016. 	<ul style="list-style-type: none"> Format: video Betacam Standard Broadcast Durasi: 30 detik 	Ditayangkan di televisi berskala nasional.	Basis Storyline: Lampiran 3.
				<ul style="list-style-type: none"> Format: Digital File Video (AVI/MOV) Durasi: 3-10 menit 	Ditayangkan di berbagai kesempatan pertemuan informal.	Basis Storyline: Lampiran 4.

Tabel 1. Media Publisitas SE2016

No (1)	Media (2)	Jenis (3)	Deskripsi (4)	Spesifikasi (5)	Penggunaan (6)	Keterangan (7)
3.	Cetak dan iklan luar ruang	Buku Pedoman Publisitas Cover buku A4 dan A6	<ul style="list-style-type: none"> • Memuat informasi singkat SE2016 yang dapat dipergunakan sebagai pedoman dalam menyebarluaskan kegiatan SE2016. • Buku Pedoman Publisitas SE2016 disiapkan dalam tiga jenis: Manajemen Publisitas SE2016, Panduan Pegawai BPS, dan Panduan Pengusaha. • Pengadaan oleh BPS Pusat. • BPS Daerah akan dikirimkan hasil cetak buku. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran kertas buku Manajemen Publisitas A4, buku Panduan Pengusaha dan Panduan Pegawai A6 (10.5 cm x 14.8 cm); • Bagian dalam buku dicetak full color di kertas HVS 80 gram; dan • Cover dicetak full color di kertas Konsdruks 260 gram dengan finishing laminating glossy. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dipergunakan sebagai pedoman pelaksanaan publisitas SE2016 dan pada saat kegiatan interaksi langsung dengan target/komunitas sasaran. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lampiran 5 (gambar 1 s.d 3)
	Leaflet		<ul style="list-style-type: none"> • Media cetak yang memuat informasi SE2016. • Pengadaan oleh BPS Pusat. • BPS Daerah akan dikirimkan hasil cetak leaflet. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran leaflet kertas A4 (21 cm x 29,7 cm); • Jenis kertas Art Paper 150 gram dengan finishing laminating; • Bergambar dan berwarna (full color); dan • Dicetak di kedua sisi kertas. 	<p>Dibagikan kepada seluruh pegawai BPS, petugas lapang SE2016 dan dipergunakan pada saat sosialisasi</p>	<p>Lampiran 5 (gambar 4 dan 5)</p>

Tabel 1. Media Publisitas SE2016

No (1)	Media (2)	Jenis (3)	Deskripsi (4)	Spesifikasi (5)	Penggunaan (6)	Keterangan (7)
3.	Cetak dan luar ruang	Poster	<ul style="list-style-type: none"> Media cetak yang memuat informasi mengenai kegiatan SE2016. Pengadaan oleh BPS Pusat. BPS Daerah akan dikirimkan hasil cetak poster. Ada 3 tipe poster. 	<ul style="list-style-type: none"> Kertas berukuran A2 (42 cm x 59,4 cm); Jenis kertas Art Paper 210 gram dengan finishing laminating atau vernish; Bergambar dan berwarna (full color); dan Dicetak di satu sisi kertas. 	<ul style="list-style-type: none"> Dipasang/ditempel di tempat strategis/keramaian, sentra industri, perdagangan 	<ul style="list-style-type: none"> Lampiran 5 (gambar 6 s.d 8)
		Standing Banner	<ul style="list-style-type: none"> Media cetak yang memuat informasi tentang SE2016 dan dipasang pada kerangka yang memudahkan untuk digulung secara otomatis. BPS Pusat akan mengirimkan master file standing banner. Pengadaan oleh BPS Pusat, BPS Provinsi, dan BPS Kabupaten/Kota. 	<ul style="list-style-type: none"> Ukuran: 6 cm x 60 cm; Menggunakan digital printing; Bahan tahan panas dan hujan; Berpenyangga dan dapat berdiri tegak (roll up banner). 	Ditempatkan di ruang pelayanan umum/ pengelola industri/ perdagangan, depan pintu masuk ruangan mal, atau dalam ruang pertemuan.	Lampiran 5 (gambar 9)
		Spanduk	<ul style="list-style-type: none"> Kain rentang yang berisi informasi tentang SE2016. BPS Pusat akan mengirimkan master file spanduk. Pengadaan oleh BPS Pusat, BPS Provinsi dan BPS Kabupaten/Kota. 	<ul style="list-style-type: none"> Ukuran: 500 cm x 100 cm; Menggunakan digital printing; Berbahan tahan panas dan hujan 	Ditentangkan di tempat-tempat strategis yang sering dilalui masyarakat, pusat perbelanjaan, daerah sentra industri, sentra perdagangan.	Lampiran 5 (gambar 10 dan 11)

Tabel 1. Media Publisitas SE2016

No (1)	Media (2)	Jenis (3)	Deskripsi (4)	Spesifikasi (5)	Penggunaan (6)	Keterangan (7)
3.	Cetak dan luar ruang	Stiker Mobil (<i>one way vision</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Media cetak yang memuat informasi tentang SE2016 dan didesain memiliki pori kecil di semua bidangnya agar pandangan dari dalam mobil masih bisa terlihat (<i>tembus pandang/one way vision</i>). BPS Pusat akan mengirimkan master file stiker <i>one way vision</i>. Pengadaan oleh BPS Pusat, BPS Provinsi dan BPS Kabupaten/Kota. 	<ul style="list-style-type: none"> Ukuran: menyesuaikan bentuk kaca belakang mobil dinas; Menggunakan digital printing; Berbahan kertas atau plastik, tidak tembus air, memiliki perekat, dan tidak menghalangi penglihatan pengemudi. 	<ul style="list-style-type: none"> Ditempel di kaca bagian belakang mobil dinas. 	Lampiran 5 (gambar 12)
		<i>Baliho</i>	<ul style="list-style-type: none"> Media cetak yang memuat informasi tentang SE2016 dan dipasang pada kerangka konstruksi tetap/permanen. BPS Pusat akan mengirimkan master file baliho. Pengadaan oleh BPS Pusat, BPS Provinsi dan BPS Kabupaten/Kota. 	<ul style="list-style-type: none"> Ukuran: menyesuaikan ukuran papan baliho/billboard/reklame; Menggunakan digital printing; Berbahan tahan panas dan hujan; 	Dipasang di depan bangunan/kantor BPS Pusat, Pusdiklat, STIS, dan BPS Provinsi/Kabupaten/Kota atau diperempatan strategis	Lampiran 5 (gambar 13)
		Kaos	<ul style="list-style-type: none"> Kaos berlogo BPS dan SE2016. Pengadaan oleh BPS Pusat. BPS Daerah akan mengirimkan kaos. 	<ul style="list-style-type: none"> Ukuran: <i>all size</i>; Berbahan polo dengan kombinasi warna oranye putih dan abu-abu 	Dipakai pada Apel Siaga dan event tertentu.	Lampiran 5 (gambar 14)

Tabel 1. Media Publisitas SE2016

No (1)	Media (2)	Jenis (3)	Deskripsi (4)	Spesifikasi (5)	Penggunaan (6)	Keterangan (7)
3.	Cetak dan iklan luar ruang	Pin	<ul style="list-style-type: none"> • Atribut dengan logo SE2016 yang dapat dikaitkan pada kain/baju. • Pengadaan oleh BPS Pusat. • BPS Daerah akan dikirimkan pin. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran: 2,5 cm x 1,8 cm dengan tebal 1 mm; • Bahan kuningan berlapis fiberglass; • Berwarna dasar hitam; dan • Pengait menggunakan peniti. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disematkan pada Apel Siaga dan pertemuan dengan kementerian/ lembaga/dinas terkait; dan • Dipakai setiap hari sampai kegiatan pelaksanaan SE2016 selesai. 	Lampiran 5 (gambar 15)
		Plakat	<ul style="list-style-type: none"> • Pajangan berlogo BPS dan SE2016 yang dilengkapi juga dengan penunjuk waktu • Peruntukan hanya BPS Pusat. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran panjang 14 cm, lebar 8,5 cm, dan tinggi 4 cm; • Bahan kayu dengan finishing melamin clear doft; dan • Elemen estetik berbahan kuningan 0,4 mm 	Dipakai sebagai merchandise pada event tertentu.	Lampiran 5 (gambar 16)
		Stiker	<ul style="list-style-type: none"> • Lembaran yang memiliki perekat sehingga bisa ditempel di tempat-tempat berpermukaan datar dan terbatas. • Pengadaan oleh BPS Pusat. • BPS Daerah akan dikirimkan stiker. • Stiker ada 2 tipe 	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran: 10 cm x 5 cm; • Bahan kertas atau plastik (Sticker Chrome); dan • Berperekat. 	<ul style="list-style-type: none"> • Digunakan sebagai: <ol style="list-style-type: none"> 1. merchandise pada event tertentu. 2. sosialisasi ke sentra perdagangan dan industri. 	Lampiran 5 (gambar 18 dan 19)

Tabel 1. Media Publisitas SE2016

No (1)	Media (2)	Jenis (3)	Deskripsi (4)	Spesifikasi (5)	Penggunaan (6)	Keterangan (7)
	cetak dan iklan luar ruang	Gantungan kunci	<ul style="list-style-type: none"> • Gantungan kunci berlogo SE2016. • Pengadaan oleh BPS Pusat. • BPS Daerah akan dikirimkan gantungan kunci. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran: 3 cm x 6 cm; • Berbahan karet warna dominan oranye; dan • Disablon SE2016. 	Digunakan sebagai: <ol style="list-style-type: none"> 1. merchandise pada event tertentu. 2. sosialisasi ke sentra perdagangan dan industri. 	Lampiran 5 (gambar 20)

Semua master file media publisitas SE2016 akan dikirimkan ke BPS Daerah.

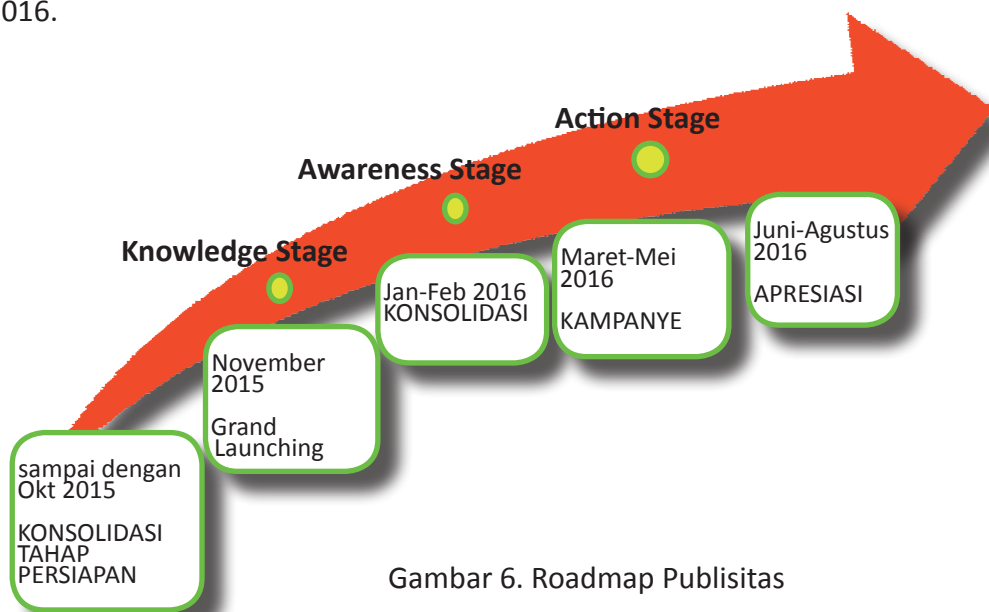
Muatan media publisitas dapat dimodifikasi 30% dengan muatan lokal.



ROADMAP PUBLISITAS SE2016

Roadmap publisitas SE2016 memuat tahapan-tahapan penting dalam mempublisitaskan kegiatan SE2016 yang dilaksanakan pada tahun 2015 dan tahun 2016. *Roadmap* publisitas SE2016 dilaksanakan dengan mempertimbangkan alokasi sumber daya dan dana yang tersedia di masing-masing BPS provinsi dan BPS kabupaten/kota.

Tahapan-tahapan dalam publisitas SE2016 diarahkan untuk memperoleh dukungan pencapaian dan penguatan pesan publisitas SE2016 sehingga membangun pengetahuan (*knowledge*), kesadaran (*awareness*), dan tindakan (*action*) masyarakat terhadap kegiatan SE2016.



Gambar 6. Roadmap Publisitas

Kegiatan di masing-masing tahapan memiliki karakteristik tersendiri dikarenakan target sasaran yang juga berbeda-beda. Oleh karenanya, media yang dipergunakan pun beragam. Ilustrasi di atas lebih merupakan usulan kegiatan, inovasi dan kreativitas masing-masing BPS Daerah yang disesuaikan dengan karakteristik daerah setempat akan meningkatkan efektivitas publisitas. Implementasi kegiatan BPS Pusat dan BPS Daerah berdasarkan roadmap di atas adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. Rangkaian Kegiatan Publisitas SE2016
BPS Pusat Tahun 2015**

Kegiatan (1)	Periode/Waktu (2)	Aktivitas (3)	Peserta (4)	Media (5)
Rapat Interkementerian SE2016	26 Februari 2015	<ul style="list-style-type: none"> - Rapat dalam rangka pemantapan persiapan SE2016 - Untuk mendapatkan masukan terkait konten kuesioner SE2016 sesuai kebutuhan kementerian/lembaga terkait - Dilakukan pemaparan oleh narasumber BPS: Persiapan SE2016 dan Hasil <i>Updating</i> Direktori Perusahaan Ekonomi disampaikan Deputi Bidang Statistik Distribusi BPS. 	- Kementerian/ lembaga terkait	- Leaflet - Goody bag
Rapat Asosiasi SE2016	19 Maret 2015	<ul style="list-style-type: none"> - Rapat dalam rangka pemantapan persiapan SE2016. - Untuk mendapatkan masukan terkait konten kuesioner SE2016 sesuai kebutuhan asosiasi - Paparan narasumber BPS, - Menggalang dukungan asosiasi/ himpunan pengusaha terhadap SE2016. 	- Asosiasi Perusahaan - Himpunan Perusahaan	- Leaflet - Goody bag
Launching Logo SE2016	8 Mei 2015	<ul style="list-style-type: none"> - Penetapan secara resmi penggunaan logo SE2016 	- Kementerian/ lembaga terkait - Asosiasi Perusahaan - Himpunan Perusahaan	- Leaflet - Goody bag

Kegiatan	Periode/Waktu	Aktivitas	Peserta	Media
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<i>Media Visit</i>	Juli - Desember 2015	- Pendekatan pada media massa melalui kunjungan langsung ke dewan redaksi untuk menginfokan dan menggalang dukungan terhadap pelaksanaan SE2016	- Pimpinan BPS - Pimpinan media massa	- <i>Leaflet</i> - <i>Goody bag</i>
<i>Talkshow di televisi</i>	Oktober - Desember 2015	- Pimpinan BPS (ataupun <i>subjek matter</i>) bersama narasumber terkait mengisi dialog SE2016	- Pimpinan BPS - Narasumber terkait	- <i>Leaflet</i> - <i>Goody bag</i>
<i>Public Exposure SE2016</i>	November 2015 (tentatif)	- Sosialisasi persiapan-persiapan yang telah dilakukan oleh BPS selaku pelaksana teknis SE2016 kepada publik (disampaikan Deputi Bidang Statistik Produksi BPS); dan - Launching media publisitas cetak luar ruang, audio visual, audio, serta <i>website</i> yang digunakan dalam SE2016.	- Kementerian/ Lembaga terkait - Asosiasi/Dewan/ Kelompok Ekonomi - Media Massa - Akademisi	- <i>Leaflet</i> - Poster - Buku/Panduan Pengusaha - <i>Goody Bag</i> - Pin - <i>Goody Bag</i>
<i>Coffee morning</i> Asosiasi dan Pengusaha	November – Desember 2015	- Pertemuan informal dengan Pengusaha dan Asosiasi Perusahaan.	- Pimpinan BPS - Pimpinan Perusahaan - Pimpinan Asosiasi	- <i>Leaflet</i> - Poster - Buku/Panduan Pengusaha - <i>Goody Bag</i>
Workshop Wartawan	November 2015 (tentatif)	- Pemberian informasi lengkap mengenai SE2016. - Pelatihan terkait cara mengartikan data Sensus Ekonomi.	- Wartawan media cetak dan elektronik	- <i>Leaflet</i> - Poster - <i>Goody Bag</i>
Pertemuan Pemimpin Redaksi	November 2015 (tentatif)	- Pimpinan secara khusus berdialog dengan para Pemimpin Redaksi	- Pemimpin Redaksi - Pimpinan BPS	- <i>Leaflet</i> - Poster - <i>Goody Bag</i>
Pertemuan Sosialisasi (BPS Provinsi/Kabupaten/Kota)	September – Desember 2015	- Pertemuan sosialisasi SE2016	- Pimpinan Dinas/Instansi terkait - Pimpinan Asosiasi - Pimpinan Perusahaan	- <i>Goody Bag</i>

**Tabel 3. Rangkaian Kegiatan Publisitas SE2016
BPS Pusat dan BPS Daerah Tahun 2016**

No	Kegiatan	Periode/Waktu	Aktivitas	Peserta	Media
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Konsolidasi Internal (Apel Siaga)	Januari 2016	<ul style="list-style-type: none"> Dilaksanakan serentak di BPS pusat, BPS provinsi, dan BPS kabupaten/kota. Pegawai mengenakan kaos SE2016. Penyematan pin secara simbolis Penyerahan Buku Pedoman Publisitas SE2016 untuk pegawai secara simbolis Ikhar penyuksesan SE2016 	Seluruh pegawai BPS pusat, BPS provinsi, dan BPS kabupaten/kota	<ul style="list-style-type: none"> Buku Pedoman Publisitas SE2016 untuk Pegawai BPS Leaflet Pin Theme Song Poster
2.	Konsolidasi Eksternal (Pertemuan Sosialisasi)	Februari 2016	<ul style="list-style-type: none"> Paparan materi sosialisasi SE2016 Penyerahan Buku Pedoman Publisitas SE2016 untuk Pengusaha secara simbolis. 	Dinas terkait, perwakilan akademisi, asosiasi/himpunan, dll.	<ul style="list-style-type: none"> Buku Pedoman Publisitas SE2016 untuk Pengusaha Leaflet Pin Poster Penayangan PSA, <i>Radio Spot, Theme Song</i>, Film Dokumenter Menyongsong Sensus Ekonomi 2016
3.	Roadshow Pimpinan BPS ke Media Massa	Januari - Mei 2016	<ul style="list-style-type: none"> Kunjungan pimpinan BPS ke media massa 	<ul style="list-style-type: none"> Pimpinan BPS Subject Matter terkait 	<ul style="list-style-type: none"> Plakat Leaflet Poster

No	Kegiatan	Periode/Waktu	Aktivitas	Peserta	Media
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
4.	Publisitas pada Kawasan Sentra Ekonomi	Maret – Mei 2016	<ul style="list-style-type: none"> Mendatangi sentra Ekonomi. Memasang spanduk. Membagikan Buku Publisitas SE2016 untuk Pengusaha, <i>leaflet</i>, dan poster. 	<ul style="list-style-type: none"> Pegawai BPS Pelaku Usaha 	<ul style="list-style-type: none"> Buku Publisitas SE2016 untuk Pengusaha <i>Leaflet</i> Poster spanduk
5.	Penayangan Media Publisitas di Media Elektronik dan Cetak	Maret – Mei 2016	<ul style="list-style-type: none"> Penayangan PSA, <i>radio spot</i>, <i>talkshow</i>, <i>built in programme</i>, <i>running text</i>, dan <i>count down</i> di media elektronik. Penayangan media publisitas di media cetak. <p>Aktivitas di BPS Provinsi: <i>Talkshow</i> di televisi dan radio</p> <p>Aktivitas di BPS Kab/Kota <i>Talkshow</i> di radio</p> <p>Catatan: Tambahkan frekuensi penayangan dapat menjalin kerja sama dengan/dukungan dari kementerian/ lembaga/dinas pemerintah dan swasta</p>	<ul style="list-style-type: none"> PSA Radio spot Theme song 	
6.	Media Gathering	Maret – Mei 2016	<p>Memanfaatkan momen pers rilis untuk menyampaikan poin-poin penting ke media.</p> <p>Aktivitas: <i>Running text</i> <i>Talkshow</i> di media elektronik (hasil sementara)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Pimpinan BPS <i>Subject Matter</i> terkait 	<i>Leaflet</i>
7.	Apresiasi terhadap Responden	Juni – Agustus 2016	<p>Aktivitas di BPS Provinsi: Memanfaatkan momen pers rilis.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Pimpinan BPS <i>Subject Matter</i> terkait 	

Tabel 4. Rencana Kerja Publisitas SE2016

BPS Pusat	
Pengadaan Media Publisitas SE2016	Juni – Desember 2015
Pendistribusian ke Daerah	September 2015 -Januari 2016
Penggunaan	November 2015 – Mei 2016
BPS Provinsi dan BPS Kabupaten/Kota	
Pengadaan Media Publisitas SE2016	September-November 2015
Penggunaan	November 2015 – Mei 2016

Tabel 5. Segmentasi Pelaku Usaha dan Media Publisitas

No.	Pelaku Usaha	Sarana	Media Publisitas
1.	Perusahaan Kecil	Media elektronik/ cetak, media sosial (twitter, FB, WA, BBM), dan kesenian.	PSA, iklan radio spot, iklan cetak, leaflet, poster, baliho, stiker, dll
2.	Perusahaan Menengah	Media elektronik/ cetak, pertemuan sosialisasi, media sosial (twitter, FB, WA, BBM).	PSA, iklan radio spot, iklan cetak, Buku Panduan Publisitas SE2016 untuk Pengusaha, leaflet, poster, stiker, gantungan kunci, dll
3.	Perusahaan Besar	Media elektronik/ cetak, pertemuan sosialisasi (coffee morning), pemberian penghargaan, media sosial (twitter, FB, WA, BBM), audiensi, dll.	PSA, iklan radio spot, iklan cetak, Buku Panduan Publisitas SE2016 untuk Pengusaha, leaflet, poster, gantungan kunci, dll

Lampiran 1

Lirik *Theme Song* SE2016

Mars Sensus Ekonomi 2016

Mari kita semua sukseskan Sensus Ekonomi

Bantulah setiap usaha yang bertujuan mulia

Sensus ekonomi sangat perlu, menghimpun data potensi bangsa

Sensus ekonomi kita bantu, berikan data yang sebenarnya

Mari kita semua memajukan ekonomi bangsa

Demi kesejahteraan kita, s'luruh rakyat Indonesia

Sensus ekonomi sangat perlu, menghimpun data potensi bangsa

Sensus ekonomi kita bantu, dengan menjawab yang sebenarnya

Lampiran 2

**Radio Spot
Sensus Ekonomi 2016**

Tema : SENSUS EKONOMI 2016
Judul : SIAP DISENSUS
Durasi : 60 detik

Open : Sfx. Suasana di bandara, perlahan insert Mars Sensus Ekonomi 2016, sebagai *back Sound*

Dialog bersahaja

Rosa : Tom... Tommy.....!
Tommy : Eh...rosa, mau kemana ?!
Rosa : Biasa nih, bisnis trip. Kantorku pengen perluasan usaha di surabaya. Eh kamu kerja dimana sekarang?
Tommy : Aku punya toko di Tanah Abang. Keren banget sih kantor kamu sampe ekspansi kemana-mana
Rosa : Iya nih, kemaren pas lagi bikin kajian buat ekspansi, aku dapet dukungan data dari Badan Pusat Statistik atau BPS, ternyata Surabaya bagus banget pangsa pasarnya
Tommy : data dari BPS? Gimana maksudnya?
Rosa : mau tau... Jadi BPS itu punya berbagai data yang dapat dimanfaatkan oleh pengusaha, salah satunya data ekonomi. Tahun 2016, BPS menyelenggarakan sensus ekonomi, semua pelaku usaha akan didata. Jadi kasih jawaban yang bener yaa kalo ada petugas dateng nanti.
Tommy : Oh gitu? Pengusaha kaya aku juga didata?
Rosa : Iya lah. Namanya juga sensus.

Announcer : Sensus Ekonomi dilaksanakan tanggal 1 hingga 31 Mei 2016. Mencakup seluruh pelaku usaha dari semua sektor, kecuali sektor pertanian, baik UKM maupun usaha besar. Sensus Ekonomi menyediakan informasi untuk pengembangan usaha dan daya saing bangsa.

PESAN INI DISAMPAIKAN OLEH BADAN PUSAT STATISTIK

Lampiran 3

Basis Storyline Public Service Announcement (PSA)

Tema:

“Para pelaku usaha menyambut SE2016 dengan sukacita”

Tayangan	Waktu
Pedagang bakso gerobak keliling sedang menjajakan dagangannya di perumahan.	3”
Ia melihat poster SE2016 yang berisi gambar Bung Itung. Gambar Bung Itung seolah hidup mengangkat telunjuk kanannya seolah berkata “Ingat”.	3”
Pedagang toko elektronik sedang menjajakan dagangannya di toko miliknya.	3”
Tiba-tiba di TV yang ada di tokonya muncul iklan SE2016 yang menampilkan Bung Itung yang mengangkat telunjuk kanannya seolah berkata “Ingat”.	3”
Pengusaha muda sedang berada di mobilnya menghadapi kemacetan lalu lintas.	3”
Lalu ia melihat baliho SE2016 bergambar Bung Itung di jalan. Gambar Bung Itung seolah hidup mengangkat telunjuk kanannya seolah berkata “Ingat”.	3”
Petugas SE2016 mendatangi untuk mendata ketiga pelaku usaha tersebut, petugas diterima dengan baik dan ramah.	3”
Ketiga pelaku usaha tersebut secara bergiliran mengucapkan “Saya disensus”	4”
Muncul Bung Itung mengangkat telunjuk kanannya seolah berkata “Ingat”. Sambil pemunculan logo SE2016 dan teks: 1 – 31 Mei 2016	2”
Muncul teks : “Sensus Ekonomi 2016, ayo mau didata!”	2”
Pemunculan logo BPS	2”

Lampiran 4

Basis *Storyline*
Film Dokumenter Menyongsong Sensus Ekonomi 2016

SENSUS EKONOMI 2016
“Menyediakan Informasi untuk Pengembangan Usaha dan Daya Saing Bangsa”

Babak 1:

Sensus Ekonomi
Dilaksanakan sepuluh tahunan oleh BPS Sejak 1986

Babak 2:

Sensus Ekonomi
Mencakup seluruh usaha ekonomi kecuali sektor pertanian

Babak 3:

Data Sensus Ekonomi
penting dalam menentukan
arah pembangunan sektor ekonomi

Babak 4:

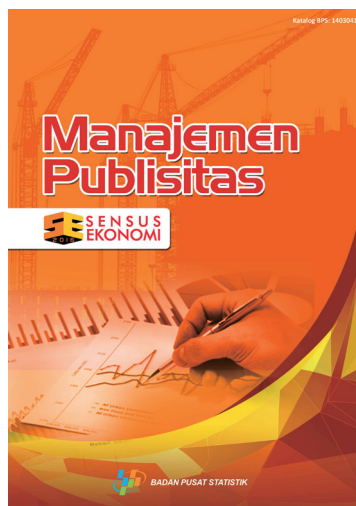
SE2016 menyediakan informasi untuk
pengembangan usaha dan daya saing bangsa

Karenanya Dibutuhkan
Partisipasi dan Dukungan Semua Pihak
Terhadap SE2016

Lampiran 5

Berbagai Media Cetak/Iklan Luar Ruang Publisitas SE2016

1. Buku Pedoman Publisitas SE2016



Gambar 1). Cover Buku Manajemen Publisitas SE2016

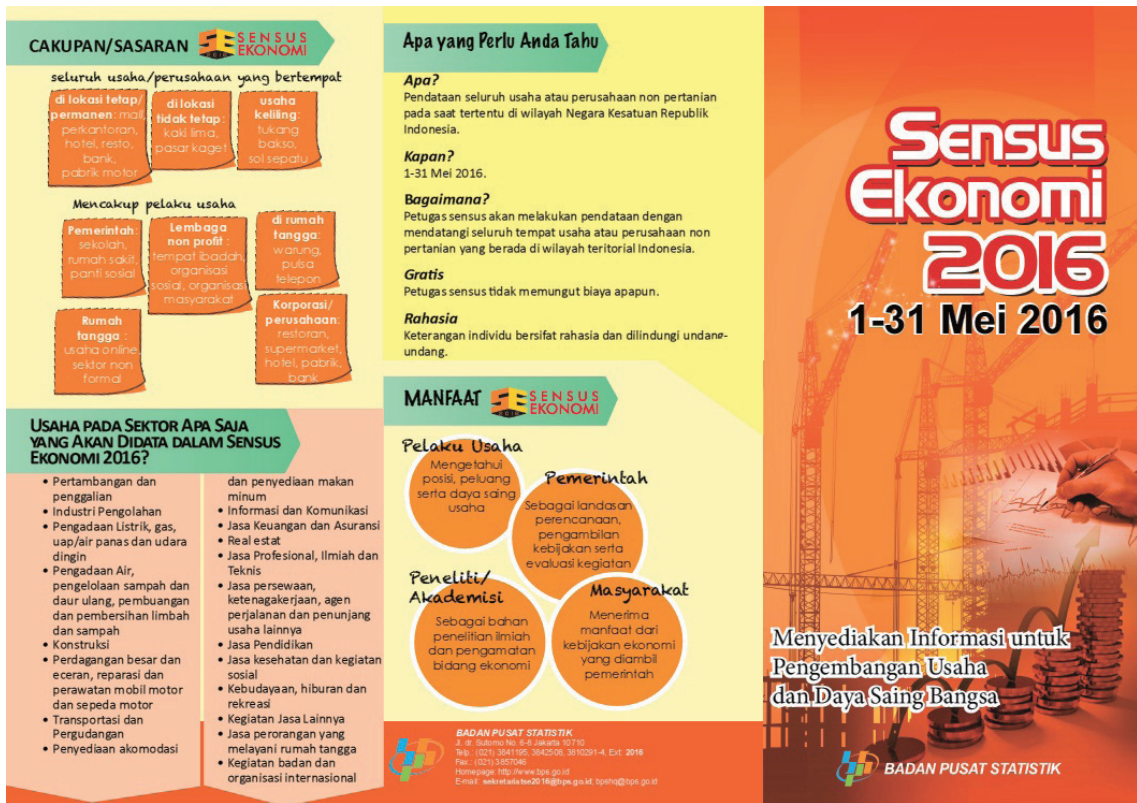


Gambar 2). Cover Buku Saku Pedoman Publisitas untuk Pegawai



Gambar 3). Cover Buku Saku Publisitas untuk Pengusaha

2. Leaflet SE2016



Gambar 4). Leaflet tampak depan



Gambar 5). Leaflet tampak Belakang

3. Poster SE2016



Gambar 6). Desain Poster 1

BADAN PUSAT STATISTIK

Ayo Sukseskan Sensus Ekonomi 2016

Menyediakan Informasi untuk Pengembangan Usaha dan Daya Saing Bangsa

Apa itu Sensus Ekonomi?
Sensus atau pendataan yang diselenggarakan di seluruh wilayah Indonesia yang mencakup semua aktivitas dan skala ekonomi (kecuali sektor pertanian).

Kapan Pelaksanaannya?
1 - 31 Mei 2016

Mengapa Harus Dilakukan?
Sensus Ekonomi dilaksanakan untuk mendapatkan potret utuh perekonomian bangsa, sebagai landasan penyusunan kebijakan dan perencanaan pembangunan nasional maupun regional. Sensus Ekonomi menghasilkan gambaran lengkap level dan struktur sektor ekonomi non-pertanian, berikut informasi dasar dan karakteristiknya. Selain itu, akan diketahui juga daya saing bisnis di Indonesia, serta penyediaan kebutuhan informasi usaha.

Cakupan SE2016
Seluruh usaha/perusahaan non pertanian:
- Di lokasi tetap/permanen: mal, kantor, pasar, dan bank
- Di lokasi tidak tetap: kaki lima, pasar kaget
- Usaha keliling: tukang bakso, sol sepatu, dll
- Di rumah tangga: warung, jual pulsa, dll

Mencakup pelaku usaha:
- Pemerintah: sekolah, rumah sakit, panti sosial
- Lembaga non profit: tempat ibadah, organisasi sosial
- Korporasi: perusahaan, restoran, supermarket, hotel, taman rekreasi
- Di rumah tangga: usaha *online*, sektor nonformal

Manfaat SE2016

- Pelaku Usaha**: Mengetahui posisi, peluang serta daya saing usaha
- Peneliti/Akademisi**: Sebagai bahan penelitian ilmiah dan pengamatan bidang ekonomi
- Pemerintah**: Sebagai landasan perencanaan, pengambilan serta evaluasi kebijakan
- Masyarakat**: Menerima manfaat dari kebijakan ekonomi yang diambil pemerintah

SENSUS EKONOMI 2016

Gambar 7). Desain Poster 2



Gambar 8). Desain Poster 3

4. Roll Banner SE2016



Gambar 9). Desain Roll Banner

5. Spanduk SE2016



Gambar 10). Desain Spanduk 1 (5x1 m)



Gambar 11). Desain Spanduk 2 (7,45x1,45 m)

6. Stiker Mobil *One Way Vision* SE2016



Gambar 12). Desain Stiker One Way Vision

7. Baliho SE2016



Gambar 13). Desain Baliho

8. Kaos SE2016



Tampak Depan



Tampak Belakang

Gambar 14). Kaos SE2016

9. Pin SE2016



Gambar 15). Pin SE2016

10. Plakat SE2016

PLAKAT JAM MEJA
SENSUS EKONOMI



Gambar 16). Plakat SE2016

11. Umbul-umbul SE2016



Gambar 17). Umbul-umbul SE2016

12. Stiker SE2016



Gambar 18). Stiker versi 1 (10x5 cm)



Gambar 19). Stiker versi 2 (20x10 cm)

13. Gantungan Kunci SE2016



Gambar 20). Gantungan Kunci SE2016

Lampiran 6

Tabel A. Dasar Hitung Alokasi Media Publisitas SE20216 menurut Provinsi

Provinsi	Jumlah Pegawai BPS (kondisi 28 Januari 2015)	Jumlah Kabupaten/Kota	Jumlah Kecamatan	Jumlah Desa	Jumlah Listing UMB
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1. Aceh	590	23	289	6.513	8.335
2. Sumatera Utara	809	33	440	6.008	16.698
3. Sumatera Barat	462	19	179	1.140	8.407
4. Riau	390	12	164	1.826	7.354
5. Jambi	329	11	138	1.550	6.254
6. Sumatera Selatan	461	17	231	3.234	9.294
7. Bengkulu	262	10	127	1.524	2.783
8. Lampung	437	15	225	2.601	8.040
9. Bangka Belitung	169	7	47	381	1.830
10. Kepulauan Riau	184	7	66	415	2.475
11. DKI Jakarta	226	6	44	267	19.412
12. Jawa Barat	1.066	27	626	5.962	43.464
13. Jawa Tengah	1.286	35	573	8.578	31.321
14. DI Yogyakarta	246	5	78	438	3.781
15. Jawa Timur	1.193	38	664	8.505	34.221
16. Banten	327	8	155	1.551	9.962
17. Bali	276	9	57	716	6.033
18. Nusa Tenggara Barat	336	10	116	1.141	5.892
19. Nusa Tenggara Timur	555	22	306	3.270	5.509
20. Kalimantan Barat	375	14	174	2.005	7.214
21. Kalimantan Tengah	330	14	136	1.569	4.031
22. Kalimantan Selatan	387	13	152	2.009	6.161
23. Kalimantan Timur	358	15	153	1.505	7.877
24. Kalimantan Utara	0	0	0	0	0
25. Sulawesi Utara	327	15	167	1.777	4.358
26. Sulawesi Tengah	318	13	172	1.982	5.162
27. Sulawesi Selatan	672	24	306	3.030	13.765
28. Sulawesi Tenggara	387	14	209	2.247	3.685
29. Gorontalo	179	6	77	735	1.613
30. Sulawesi Barat	184	6	69	649	2.001
31. Maluku	261	11	113	1.086	2.452
32. Maluku Utara	230	10	115	1.190	2.655
33. Papua Barat	251	13	175	1.432	1.747
34. Papua	466	29	443	4.019	3.576
BPS Pusat	1.614	0	0	0	0
Jumlah	15.943	511	6.986	80.855	297.362

Catatan:

1. Kalimantan Utara masih digabung dengan Kalimantan Timur
2. Rekapitulasi Perusahaan UMB IBR kondisi 31 Maret 2015

Lampiran 7

Tabel B. Alokasi Buku Manajemen Publisitas SE2016 menurut Provinsi

Provinsi	Prov/kab/kota
(1)	(2)
1. Aceh	26
2. Sumatera Utara	36
3. Sumatera Barat	22
4. Riau	15
5. Jambi	14
6. Sumatera Selatan	20
7. Bengkulu	13
8. Lampung	18
9. Bangka Belitung	10
10. Kepulauan Riau	10
11. DKI Jakarta	9
12. Jawa Barat	30
13. Jawa Tengah	38
14. DI Yogyakarta	8
15. Jawa Timur	41
16. Banten	11
17. Bali	12
18. Nusa Tenggara Barat	13
19. Nusa Tenggara Timur	25
20. Kalimantan Barat	17
21. Kalimantan Tengah	17
22. Kalimantan Selatan	16
23. Kalimantan Timur	18
24. Kalimantan Utara	0
25. Sulawesi Utara	18
26. Sulawesi Tengah	16
27. Sulawesi Selatan	27
28. Sulawesi Tenggara	17
29. Gorontalo	9
30. Sulawesi Barat	9
31. Maluku	14
32. Maluku Utara	13
33. Papua Barat	16
34. Papua	32
BPS Pusat+cadangan	23
Jumlah	633

Catatan:

1. Provinsi 3 (tiga) set (Kepala BPS Provinsi, Kepala Bagian TU, PJ Humas)
2. Kabupaten/Kota 1 (satu) set

Lampiran 8

Tabel C. Alokasi Buku Panduan Publisitas SE2016 untuk Pegawai menurut Provinsi

Provinsi	Pegawai prov/kab/kota
(1)	(2)
1. Aceh	590
2. Sumatera Utara	809
3. Sumatera Barat	462
4. Riau	390
5. Jambi	329
6. Sumatera Selatan	461
7. Bengkulu	262
8. Lampung	437
9. Bangka Belitung	169
10. Kepulauan Riau	184
11. DKI Jakarta	226
12. Jawa Barat	1.066
13. Jawa Tengah	1.286
14. DI Yogyakarta	246
15. Jawa Timur	1.193
16. Banten	327
17. Bali	276
18. Nusa Tenggara Barat	336
19. Nusa Tenggara Timur	555
20. Kalimantan Barat	375
21. Kalimantan Tengah	330
22. Kalimantan Selatan	387
23. Kalimantan Timur	358
24. Kalimantan Utara	0
25. Sulawesi Utara	327
26. Sulawesi Tengah	318
27. Sulawesi Selatan	672
28. Sulawesi Tenggara	387
29. Gorontalo	179
30. Sulawesi Barat	184
31. Maluku	261
32. Maluku Utara	230
33. Papua Barat	251
34. Papua	466
BPS Pusat+cadangan	1.671
J u m l a h	16.000

Lampiran 9

Tabel D. Alokasi Buku Panduan Publisitas SE2016 untuk Pengusaha menurut Provinsi

Provinsi	Pelaksanaan Publisitas	Cadangan (5 persen)	Jumlah
(1)	(2)	(3)	(4)
1. Aceh	1.667	168	1.835
2. Sumatera Utara	3.340	335	3.675
3. Sumatera Barat	1.681	169	1.850
4. Riau	1.471	149	1.620
5. Jambi	1.251	129	1.380
6. Sumatera Selatan	1.859	186	2.045
7. Bengkulu	557	53	610
8. Lampung	1.608	162	1.770
9. Bangka Belitung	366	34	400
10. Kepulauan Riau	495	50	545
11. DKI Jakarta	3.882	388	4.270
12. Jawa Barat	8.693	867	9.560
13. Jawa Tengah	6.264	626	6.890
14. DI Yogyakarta	756	74	830
15. Jawa Timur	6.844	686	7.530
16. Banten	1.992	198	2.190
17. Bali	1.207	123	1.330
18. Nusa Tenggara Barat	1.178	122	1.300
19. Nusa Tenggara Timur	1.102	108	1.210
20. Kalimantan Barat	1.443	147	1.590
21. Kalimantan Tengah	806	84	890
22. Kalimantan Selatan	1.232	123	1.355
23. Kalimantan Timur	1.575	155	1.730
24. Kalimantan Utara	0	0	0
25. Sulawesi Utara	872	88	960
26. Sulawesi Tengah	1.032	108	1.140
27. Sulawesi Selatan	2.753	277	3.030
28. Sulawesi Tenggara	737	73	810
29. Gorontalo	323	32	355
30. Sulawesi Barat	400	40	440
31. Maluku	490	50	540
32. Maluku Utara	531	49	580
33. Papua Barat	349	31	380
34. Papua	715	75	790
BPS Pusat	0	0	9.569
Jumlah	59.472	5.959	75.000

Catatan:

Pelaksanaan publisitas dihitung berdasarkan pendekatan 20 persen dari jumlah perusahaan UMB

Lampiran 10

Tabel E. Alokasi *Leaflet* SE2016 menurut Provinsi

Provinsi	Pegawai prov/kab/kota	Pertemuan Sosialisasi	Kampanye	Cadangan (10 persen)	Jumlah
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1. Aceh	590	1.220	73.465	7.525	82.800
2. Sumatera Utara	809	1.720	76.778	7.933	87.240
3. Sumatera Barat	462	1.020	19.807	2.131	23.420
4. Riau	390	670	25.614	2.666	29.340
5. Jambi	329	620	21.754	2.267	24.970
6. Sumatera Selatan	461	920	41.634	4.305	47.320
7. Bengkulu	262	570	18.023	1.885	20.740
8. Lampung	437	820	34.050	3.533	38.840
9. Bangka Belitung	169	420	5.640	621	6.850
10. Kepulauan Riau	184	420	6.625	721	7.950
11. DKI Jakarta	226	370	22.082	2.272	24.950
12. Jawa Barat	1.066	1.420	103.084	10.560	116.130
13. Jawa Tengah	1.286	1.820	117.101	12.023	132.230
14. DI Yogyakarta	246	320	8.161	873	9.600
15. Jawa Timur	1.193	1.970	119.271	12.246	134.680
16. Banten	327	470	25.472	2.631	28.900
17. Bali	276	520	13.193	1.491	15.480
18. Nusa Tenggara Barat	336	570	17.302	1.822	20.030
19. Nusa Tenggara Timur	555	1.170	38.209	3.996	43.930
20. Kalimantan Barat	375	770	27.264	2.841	31.250
21. Kalimantan Tengah	330	770	19.721	2.079	22.900
22. Kalimantan Selatan	387	720	26.251	2.732	30.090
23. Kalimantan Timur	358	820	22.927	2.415	26.520
24. Kalimantan Utara	0	0	0	0	0
25. Sulawesi Utara	327	820	22.128	2.325	25.600
26. Sulawesi Tengah	318	720	24.982	2.600	28.620
27. Sulawesi Selatan	672	1.270	44.065	4.603	50.610
28. Sulawesi Tenggara	387	770	26.155	2.728	30.040
29. Gorontalo	179	370	8.963	948	10.460
30. Sulawesi Barat	184	370	8.491	905	9.950
31. Maluku	261	620	13.312	1.417	15.610
32. Maluku Utara	230	570	14.555	1.535	16.890
33. Papua Barat	251	720	16.067	1.702	18.740
34. Papua	466	1.520	43.766	4.578	50.330
BPS Pusat	1.614	0	74.000	11.377	86.991
Jumlah	15.943	27.860	1.179.912	126.285	1.350.000

Catatan:

1. Data pegawai kondisi 28 Januari 2015
2. Pertemuan sosialisasi per provinsi 70 set, kabupaten/kota 50 set
3. Kampanye untuk dibagikan ke perusahaan, industri, pengelola pasar dll (pendekatan per desa 10 set+jumlah UMB)

Lampiran 11

Tabel F. Alokasi Poster SE2016 menurut Provinsi

Provinsi	Pegawai prov/kab/ kota	Per- temuan Sosialisasi	Kampanye	Cadangan (15 %)	Jumlah	
					Per Tipe (Tipe 1/Tipe 2/Tipe 3)	Total
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1. Aceh	590	1.220	65.130	10.041	25.660	76.980
2. Sumatera Utara	809	1.720	60.080	9.391	24.000	72.000
3. Sumatera Barat	462	1.020	11.400	1.932	4.940	14.820
4. Riau	390	670	18.260	2.898	7.410	22.230
5. Jambi	329	620	15.500	2.467	6.305	18.915
6. Sumatera Selatan	461	920	32.340	5.058	12.925	38.775
7. Bengkulu	262	570	15.240	2.411	6.160	18.480
8. Lampung	437	820	26.010	4.090	10.450	31.350
9. Bangka Belitung	169	420	3.810	660	1.685	5.055
10. Kepulauan Riau	184	420	4.150	713	1.820	5.460
11. DKI Jakarta	226	370	2.670	490	1.250	3.750
12. Jawa Barat	1.066	1.420	59.620	9.316	23.810	71.430
13. Jawa Tengah	1.286	1.820	85.780	13.333	34.070	102.210
14. DI Yogyakarta	246	320	4.380	742	1.895	5.685
15. Jawa Timur	1.193	1.970	85.050	13.232	33.815	101.445
16. Banten	327	470	15.510	2.446	6.250	18.750
17. Bali	276	520	7.160	1.193	3.050	9.150
18. NTB	336	570	11.410	1.847	4.720	14.160
19. NTT	555	1.170	32.700	5.164	13.195	39.585
20. Kalimantan Barat	375	770	20.050	3.179	8.125	24.375
21. Kalimantan Tengah	330	770	15.690	2.519	6.435	19.305
22. Kalimantan Selatan	387	720	20.090	3.180	8.125	24.375
23. Kalimantan Timur	358	820	15.050	2.434	6.220	18.660
24. Kalimantan Utara	0	0	0	0	0	0
25. Sulawesi Utara	327	820	17.770	2.838	7.250	21.750
26. Sulawesi Tengah	318	720	19.820	3.129	7.995	23.985
27. Sulawesi Selatan	672	1.270	30.300	4.836	12.360	37.080
28. Sulawesi Tenggara	387	770	22.470	3.544	9.060	27.180
29. Gorontalo	179	370	7.350	1.185	3.030	9.090
30. Sulawesi Barat	184	370	6.490	1.057	2.700	8.100
31. Maluku	261	620	10.860	1.761	4.500	13.500
32. Maluku Utara	230	570	11.900	1.905	4.870	14.610
33. Papua Barat	251	720	14.320	2.294	5.860	17.580
34. Papua	466	1.520	40.190	6.326	16.170	48.510
BPS Pusat	1.614	0	59.000	9.092	23.890	71.670
J u m l a h	15.943	27.860	867.550	136.703	350.000	1.050.000

Catatan:

1. Data pegawai kondisi 28 Januari 2015
2. Pertemuan sosialisasi per provinsi 70 set, kabupaten/kota 50 set
3. Kampanye untuk dibagikan ke perusahaan, industri, pengelola pasar dll (pendekatan per desa 10 set)

Lampiran 12

Tabel G. Alokasi Stiker SE2016 menurut Provinsi

Provinsi	Pegawai prov/kab/kota	Per-temuan Sosial-isasi	Kampanye	Cadangan (15 %)	Jumlah	
					Per Tipe (Tipe 1 atau 2)	Total
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1. Aceh	590	1.220	130.260	19.811	75.940	151.880
2. Sumatera Utara	809	1.720	120.160	18.403	70.545	141.090
3. Sumatera Barat	462	1.020	22.800	3.642	13.960	27.920
4. Riau	390	670	36.520	5.637	21.610	43.220
5. Jambi	329	620	31.000	4.792	18.370	36.740
6. Sumatera Selatan	461	920	64.680	9.909	37.985	75.970
7. Bengkulu	262	570	30.480	4.697	18.005	36.010
8. Lampung	437	820	52.020	7.992	30.635	61.270
9. Bangka Belitung	169	420	7.620	1.231	4.720	9.440
10. Kepulauan Riau	184	420	8.300	1.336	5.120	10.240
11. DKI Jakarta	226	370	5.340	890	3.415	6.830
12. Jawa Barat	1.066	1.420	119.240	18.259	69.995	139.990
13. Jawa Tengah	1.286	1.820	171.560	26.200	100.435	200.870
14. DI Yogyakarta	246	320	8.760	1.399	5.360	10.720
15. Jawa Timur	1.193	1.970	170.100	25.989	99.625	199.250
16. Banten	327	470	31.020	4.773	18.295	36.590
17. Bali	276	520	14.320	2.267	8.690	17.380
18. NTB	336	570	22.820	3.559	13.640	27.280
19. NTT	555	1.170	65.400	10.069	38.595	77.190
20. Kalimantan Barat	375	770	40.100	6.187	23.715	47.430
21. Kalimantan Tengah	330	770	31.380	4.872	18.675	37.350
22. Kalimantan Selatan	387	720	40.180	6.193	23.740	47.480
23. Kalimantan Timur	358	820	20.520	3.255	12.475	24.950
24. Kalimantan Utara	0	0	0	0	0	0
25. Sulawesi Utara	327	820	35.540	5.503	21.095	42.190
26. Sulawesi Tengah	318	720	39.640	6.102	23.390	46.780
27. Sulawesi Selatan	672	1.270	60.600	9.381	35.960	71.920
28. Sulawesi Tenggara	387	770	44.940	6.915	26.505	53.010
29. Gorontalo	179	370	14.700	2.287	8.770	17.540
30. Sulawesi Barat	184	370	12.980	2.030	7.780	15.560
31. Maluku	261	620	21.720	3.390	12.995	25.990
32. Maluku Utara	230	570	23.800	3.690	14.145	28.290
33. Papua Barat	251	720	28.640	4.442	17.025	34.050
34. Papua	466	1.520	80.380	12.355	47.360	94.720
BPS Pusat	1.614	0	87.950	13.435	51.430	102.860
J u m l a h	15.943	27.860	1.695.470	260.891	1.000.000	2.000.000

Catatan:

1. Data pegawai kondisi 28 Januari 2015
2. Pertemuan sosialisasi per provinsi 70 set, kabupaten/kota 50 set
3. Kampanye untuk dibagikan ke perusahaan, industri, pengelola pasar dll (pendekatan per desa 20 set)

Lampiran 13

Tabel H. Alokasi Distribusi Kaos SE2016 menurut Provinsi

Provinsi	Jumlah	Cadangan (5 persen)	Jumlah
(1)	(2)	(3)	(4)
1. Aceh	590	29	619
2. Sumatera Utara	809	40	849
3. Sumatera Barat	462	23	485
4. Riau	390	19	409
5. Jambi	329	16	345
6. Sumatera Selatan	461	23	484
7. Bengkulu	262	13	275
8. Lampung	437	21	458
9. Bangka Belitung	169	8	177
10. Kepulauan Riau	184	9	193
11. DKI Jakarta	226	11	237
12. Jawa Barat	1.066	53	1.119
13. Jawa Tengah	1.286	64	1.350
14. DI Yogyakarta	246	12	258
15. Jawa Timur	1.193	59	1.252
16. Banten	327	16	343
17. Bali	276	13	289
18. Nusa Tenggara Barat	336	16	352
19. Nusa Tenggara Timur	555	27	582
20. Kalimantan Barat	375	18	393
21. Kalimantan Tengah	330	16	346
22. Kalimantan Selatan	387	19	406
23. Kalimantan Timur	358	17	375
24. Kalimantan Utara	0	0	0
25. Sulawesi Utara	327	16	343
26. Sulawesi Tengah	318	15	333
27. Sulawesi Selatan	672	33	705
28. Sulawesi Tenggara	387	19	406
29. Gorontalo	179	8	187
30. Sulawesi Barat	184	9	193
31. Maluku	261	13	274
32. Maluku Utara	230	11	241
33. Papua Barat	251	12	263
34. Papua	466	23	489
BPS Pusat+sosialisasi	1.614	3.356	4.970
Jumlah	15.943	4.057	20.000

Catatan:

Data pegawai kondisi 28 Januari 2015

Lampiran 14

Tabel I. Alokasi Distribusi Pin SE2016

Provinsi	Pegawai prov/kab/ kota	Simbolis di Provinsi/Kab/ Kota @ 5 buah)	Jumlah
(1)	(2)	(3)	(4)
1. Aceh	590	120	710
2. Sumatera Utara	809	170	979
3. Sumatera Barat	462	100	562
4. Riau	390	65	455
5. Jambi	329	60	389
6. Sumatera Selatan	461	90	551
7. Bengkulu	262	55	317
8. Lampung	437	80	517
9. Bangka Belitung	169	40	209
10. Kepulauan Riau	184	40	224
11. DKI Jakarta	226	35	261
12. Jawa Barat	1.066	140	1.206
13. Jawa Tengah	1.286	180	1.466
14. DI Yogyakarta	246	30	276
15. Jawa Timur	1.193	195	1.388
16. Banten	327	45	372
17. Bali	276	50	326
18. Nusa Tenggara Barat	336	55	391
19. Nusa Tenggara Timur	555	115	670
20. Kalimantan Barat	375	75	450
21. Kalimantan Tengah	330	75	405
22. Kalimantan Selatan	387	70	457
23. Kalimantan Timur	358	80	438
24. Kalimantan Utara	0	0	0
25. Sulawesi Utara	327	80	407
26. Sulawesi Tengah	318	70	388
27. Sulawesi Selatan	672	125	797
28. Sulawesi Tenggara	387	75	462
29. Gorontalo	179	35	214
30. Sulawesi Barat	184	35	219
31. Maluku	261	60	321
32. Maluku Utara	230	55	285
33. Papua Barat	251	70	321
34. Papua	466	150	616
BPS Pusat+cadangan	1.614	62	1.676
Jumlah	15.943	2.782	18.725

Catatan:

Data pegawai kondisi 28 Januari 2015

Lampiran 15

Tabel J. Alokasi Gantungan Kunci SE2016 menurut Provinsi

Provinsi	Pegawai prov/kab/ kota	Kampanye	Cadangan (10 persen)	Jumlah
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. Aceh	590	3.334	391	4.315
2. Sumatera Utara	809	6.679	752	8.240
3. Sumatera Barat	462	3.363	385	4.210
4. Riau	390	2.942	333	3.665
5. Jambi	329	2.502	284	3.115
6. Sumatera Selatan	461	3.718	416	4.595
7. Bengkulu	262	1.113	140	1.515
8. Lampung	437	3.216	367	4.020
9. Bangka Belitung	169	732	89	990
10. Kepulauan Riau	184	990	116	1.290
11. DKI Jakarta	226	7.765	799	8.790
12. Jawa Barat	1.066	17.386	1848	20.300
13. Jawa Tengah	1.286	12.528	1381	15.195
14. DI Yogyakarta	246	1.512	177	1.935
15. Jawa Timur	1.193	13.688	1489	16.370
16. Banten	327	3.985	433	4.745
17. Bali	276	2.413	271	2.960
18. Nusa Tenggara Barat	336	2.357	267	2.960
19. Nusa Tenggara Timur	555	2.204	276	3.035
20. Kalimantan Barat	375	2.886	324	3.585
21. Kalimantan Tengah	330	1.612	193	2.135
22. Kalimantan Selatan	387	2.464	284	3.135
23. Kalimantan Timur	358	3.151	350	3.859
24. Kalimantan Utara	0	0	0	0
25. Sulawesi Utara	327	1.743	205	2.275
26. Sulawesi Tengah	318	2.065	237	2.620
27. Sulawesi Selatan	672	5.506	617	6.795
28. Sulawesi Tenggara	387	1.474	184	2.045
29. Gorontalo	179	645	86	910
30. Sulawesi Barat	184	800	101	1.085
31. Maluku	261	981	123	1.365
32. Maluku Utara	230	1.062	128	1.420
33. Papua Barat	251	699	95	1.045
34. Papua	466	1.430	189	2.085
BPS Pusat+cadangan	1.614	14.485	1612	17.711
Jumlah	15.943	133.430	14.942	164.315

Catatan:

1. Data pegawai kondisi 28 Januari 2015
2. Kampanye untuk dibagikan ke perusahaan, industri, pengelola pasar dll (pendekatan 40 persen UMB)

DATA

MENCERDASKAN BANGSA



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> Email: bpsHQ@bps.go.id