



## **KEGIATAN KAMPANYE PENINGKATAN KESADARTAHUAN BAHAYA MERKURI DALAM PRAKTIK PENAMBANGAN EMAS SKALA KECIL (PESK)**

LAPORAN KEGIATAN LAPANGAN  
DESA HULAWA KECAMATAN SUMALATA TIMUR KABUPATEN GORONTALO UTARA  
PROVINSI GORONTALO

DISAMPAIKAN KEPADA :  
UNDP GOLD-ISMIA

06 DESEMBER 2020



Nama Proyek : GOLD-ISMIA

Uraian  
Jasa Pekerjaan : Kampanye Peningkatan Kesadartahuan Tentang  
Bahaya Merkuri Dan Cara Untuk Mengurangi  
Penggunaannya Di Sektor ASGM

Institution Name : KIROYAN PARTNERS  
Bekerjasama dengan  
Pusat Studi Lingkungan dan Kependudukan  
Universitas Negeri Gorontalo (PSL-K UNG)

Output : Laporan Kegiatan Lapangan  
Desa Hulawa Kecamatan Sumalata Timur Kabupaten  
Gorontalo Utara Provinsi Gorontalo

Report  
Submission Date : 06 Desember 2020

## LATAR BELAKANG

Praktik Penambangan Emas Skala Kecil (PESK) melepaskan sekitar 60 % dari total merkuri yang dilepas ke lingkungan di Indonesia setiap tahunnya (Bisnis.com, 2019). Padahal, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 21/2019 tentang Rencana Aksi Nasional Pengurangan dan Penghapusan Merkuri, merkuri merupakan zat berbahaya yang produksi, peredaran, maupun penggunaannya, sudah dilarang untuk seluruh industri, termasuk dalam penambangan emas rakyat atau PESK. GOLD-ISMIA hadir sebagai program yang bertujuan untuk membantu pengurangan penggunaan merkuri di sektor PESK melalui pengenalan dan promosi praktik-praktik terbaik pengolahan emas. Mengingat kompleksitas isu dalam mengubah kebiasaan pertambangan yang sudah bertahun-tahun terbiasa menggunakan merkuri dalam pengolahan emas, maka pendekatan multi-sektor dilakukan dalam program ini, yakni: sisi pendanaan/akses terhadap permodalan; regulasi yang mendorong pengurangan merkuri; teknologi; serta kampanye untuk meningkatkan kesadaran tentang bahaya merkuri serta alternatif-alternatif yang bisa dilakukan. Kiroyan Partners (KP) bekerja sama dengan para pemangku kepentingan dari sektor lainnya dalam program ini, berperan sebagai perancang serta eksekutor kampanye peningkatan kesadaran yang akan dilakukan.

Salah satu aspek terpenting demi kesuksesan pengurangan merkuri di sektor PESK adalah dengan meningkatkan kesadaran (*awareness*) di kalangan pemangku kepentingan PESK antara lain pekerja tambang, pihak keluarga penambang, aparat desa, dan para pemilik modal. Oleh karena itu, kegiatan ini dirancang sebagai kampanye kepada para pemangku kepentingan yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam praktik PESK di lokasi yang telah ditentukan. Tujuan dari kegiatan kampanye sendiri ini adalah agar para pemangku kepentingan di sektor PESK tahu dan sadar mengenai bahaya dari penggunaan merkuri bagi kesehatan dan lingkungan, serta kerugian-kerugian ekonomi yang ditimbulkan dari praktik penggunaannya. Peningkatan kesadaran ini juga bertujuan agar para pemangku kepentingan tertarik berinvestasi atau mau beralih menggunakan teknik-teknik pengolahan emas yang lebih bersih, sehat, dan menguntungkan.

Untuk mencapai tujuan tersebut, KP menjalin kerja sama dengan lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat (LPPM) dari perguruan-perguruan tinggi kredibel yang memiliki pengalaman serta keahlian dalam menyelenggarakan kampanye yang telah dirancang. Hal ini didukung pula dengan kedekatan budaya dari tenaga-tenaga kependidikan universitas yang diyakini mampu menyampaikan pesan-pesan kampanye secara lebih optimal dan kontekstual dengan gaya, cara, dan bahasa komunitas PESK.

## DASAR PELAKSANAAN KEGIATAN

PSL-K UNG melaksanakan kegiatan kampanye kesadaran penggunaan merkuri di PESK di Desa Hulawa Kecamatan Sumalata Timur Kabupaten Gorontalo Utara Propinsi Gorontalo sebagai perwakilan Kiroyan Partners (KP) dalam melaksanakan Proyek GOLD-ISMIA adalah perjanjian kerjasama antara kedua belah pihak. Perjanjian tersebut dituangkan dalam kontrak perjanjian kerjasama No. 389/PK/KP/XI/2020 tanggal 04 November 2020. dengan materi perjanjian berupa Fasilitasi Kegiatan Kampanye Peningkatan Kesadartahuan untuk kepentingan Program GOLD-ISMIA (*Global opportunities for Long-term Development integrated Sound Management of Mercury in indonesia's Artisanal and Small-scale Gold Mining*).

### PERAN LPPM UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO

KP telah merancang modul pelatihan serta metode kampanye untuk peningkatan kesadaran masyarakat yang terlibat dalam aktivitas PESK. Modul serta metode tersebut telah dipresentasikan, disepakati oleh seluruh pemangku kepentingan terkait dalam GOLD-ISMIA ini, dan diimplementasikan di beberapa lokasi GOLD-ISMIA pada media Februari-Maret 2020.

Pandemi COVID-19 telah membatasi kemungkinan kelanjutan pelaksanaan kampanye secara normal langsung ke lokasi-lokasi PESK bukan hanya karena adanya pembatasan melalui protokol kesehatan yang diterapkan pemerintah, tapi juga adanya potensi mental block atau resistensi mental dari warga setempat terhadap pendatang yang berasal dari luar wilayah mereka.

Komunikasi dengan cara tepat menjadi salah satu aspek terpenting demi kesuksesan kampanye ini. Tim fasilitator lokal, yang memiliki pengetahuan budaya dan kemampuan berbahasa yang sesuai dengan target audiens, diharapkan mampu berperan sebagai penyambung lidah yang lebih efektif untuk membangun kesadaran masyarakat terkait bahaya merkuri sesuai dengan modul dan rancangan pesan kunci yang telah dirancang.

Tim fasilitator lokal juga diharapkan dapat memberikan nilai tambah pada kegiatan kampanye di desa/lokasi yang ditentukan, dengan memanfaatkan pengalaman melakukan penelitian terkait bahaya merkuri dalam PESK maupun kegiatan-kegiatan kampanye sosial serupa sebelumnya.

### RUANG LINGKUP KEGIATAN KAMPANYE

1. Mengikuti seluruh kegiatan persiapan dan pelatihan kampanye lapangan yang diselenggarakan oleh KP.
2. Melakukan kegiatan kampanye peningkatan kesadaran bahaya merkuri dalam praktik Penambangan Emas Skala Kecil (PESK) di desa/lokasi yang ditentukan, termasuk di dalamnya namun tidak terbatas pada :
  - a) Menerima dan mendistribusikan seluruh materi cetak maupun digital yang dikirimkan oleh Kiroyan Partners (KP) kepada *audiens* yang menjadi sasaran.
  - b) Menyampaikan pesan-pesan kunci dan informasi sesuai dengan *talking points* yang diberikan serta pelatihan yang diselenggarakan.
  - c) Mempresentasikan informasi serta memfasilitasi diskusi dengan target audiens terkait bahaya penggunaan merkuri di PESK.
  - d) Memastikan seluruh peserta mengisi lembar pre-/post-test sesuai template yang telah disiapkan.
  - e) Mengidentifikasi partisipan-partisipan kategori perintis (*innovator*) yang berpotensi menjadi *opinion leader*.
  - f) Membuat laporan kegiatan harian sesuai dengan *template* yang telah disiapkan, termasuk daftar hadir yang ditandatangani oleh peserta.
  - g) Membuat laporan kegiatan lapangan sesuai dengan *template* dan prosedur di akhir rangkaian kampanye.



h) Merevisi laporan kegiatan lapangan sesuai dengan catatan dan masukan dari tim Kiroyan Partners (KP).

#### RENCANA KERJA DAN TARGET AUDIENCE

Tim LPPM Universitas Negeri Gorontalo akan mengkampanyekan bahaya dan dampak penggunaan merkuri dalam PESK kepada minimum 200 (dua ratus) partisipan atau peserta di Desa Hulawa dengan tujuan yang telah ditentukan. Kampanye dilakukan selama maksimum 5 (lima) hari disertai pengiriman laporan harian di setiap akhir hari kegiatan dan pengerjaan laporan kegiatan.

#### TIM FASILITATOR PSL-K UNG

Anggota tim yang ditugaskan untuk memfasilitasi kegiatan Kampanye Peningkatan Kesadartahuan Bahaya Merkuri dalam Praktik Penambangan Emas Skala Kecil (PESK) di Desa Hulawa, Kecamatan Sumalata Timur Kabupaten Gorontalo Utara, Provinsi Gorontalo, adalah sebagai berikut :

| No | Nama                          | Jabatan     |
|----|-------------------------------|-------------|
| 1  | Muh. Kasim, ST, MT            | Ketua Tim   |
| 2  | Noviar Akase, S.T, M.Sc       | Anggota Tim |
| 3  | Syahrizal Koem, S.Pd, M.Si    | Anggota Tim |
| 4  | Ahmad Syamsurizal, S.Pd, M.Pd | Anggota Tim |
| 5  | Febriyani Tue, S.Pd           | Anggota Tim |

#### STRATEGI PENINGKATAN KESADARTAHUAN

Pada Agustus 2019, KP mengembangkan dan kemudian mempresentasikan Strategi Peningkatan Kesadartahuan kepada UNDP. Strategi ini memuat analisis situasi, tujuan komunikasi, pendekatan, khalayak sasaran (*target audience*), pesan kunci, rencana implementasi kampanye, dan standar evaluasi performa.

Sebagai bagian dari strategi dalam melakukan kampanye, KP mengacu pada model Adopsi Inovasi yang diperkenalkan oleh Everett Rogers (2003). Dalam konteks ini, inovasi berfokus pada praktik pengolahan emas menggunakan metode-metode inovatif tanpa menggunakan merkuri. Adopsi diartikan sebagai proses penerimaan para pemangku kepentingan dalam PESK terhadap inovasi yang diperkenalkan, termasuk di dalamnya pengetahuan, sikap, dan kemampuan khalayak sasaran (*target audience*), yang diperkenalkan melalui serangkaian pesan dan aktivitas kampanye.

Model Adopsi Inovasi memiliki tahapan-tahapan penentuan taktik, kanal-kanal komunikasi, dan pesan kunci untuk masing-masing khalayak sasaran (*target audience*). Tahapan-tahapan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- a. Pengetahuan (*knowledge*) - khalayak sasaran (*target audience*) menjadi tahu akan adanya inovasi namun masih dengan sangat sedikit informasi untuk menentukan pilihan
- b. Persuasi (*persuasion*) - keingintahuan khalayak sasaran (*target audience*) tentang inovasi ini meningkat, dan mereka secara proaktif mencari informasi yang lebih mendalam
- c. Evaluasi (*evaluation*) - khalayak sasaran (*target audience*) mulai memproses informasi yang mereka dapatkan dan kumpulkan tentang kelebihan dan kekurangan dari inovasi yang diperkenalkan dan apakah inovasi tersebut bermanfaat bagi mereka. Pada tahap ini, influencer atau key opinion leader dapat memainkan peran penting.
- d. Percobaan (*trial*) - khalayak sasaran (*target audience*) ingin mencoba inovasi tersebut untuk membuktikan penilaian mereka.
- e. Adopsi (*adoption*) - khalayak sasaran (*target audience*) memutuskan untuk mendapatkan dan menggunakan inovasi yang diperkenalkan dan yakin dengan keputusan tersebut.

Kampanye ini berfokus pada aspek pengetahuan dan persuasi. Aktivitas dan jadwal kampanye disesuaikan dengan komponen lain dari proyek GOLD-ISMEA, yakni Komponen 2 (Aspek Pendanaan) dan Komponen 3 (Teknologi), dimana kedua komponen tersebut berfokus pada tahap percobaan dan adopsi.

Semua aktivitas kampanye juga diadopsi untuk khalayak sasaran (*target audience*) di tiap wilayah. KP membagi audiens-audiens ini berdasarkan kapasitas mereka dalam menyerap informasi dan menerjemahkannya ke dalam tindakan. Pengelompokan ini adalah sebagai berikut:

#### **Innovator atau perintis**

Yakni individu-individu yang terbuka dengan penemuan atau hal baru dan ingin mencoba menerapkannya walaupun dengan segala risiko. Mereka biasanya cenderung berkecukupan secara finansial dan punya akses terhadap informasi yang lebih baik.

#### **Pengadopsi awal (*early adopters*)**

Individu-individu yang terbuka dan bersemangat terhadap adanya informasi baru, biasanya terdiri dari tokoh/key opinion leader di komunitasnya.

#### **Mayoritas awal (*early majority*)**

Individu atau kelompok yang terbuka terhadap modernisasi dan inovasi, tapi keputusan mereka tidak bisa mempengaruhi keputusan komunitas secara menyeluruh.

#### **Mayoritas akhir (*late majority*)**

Kelompok yang biasanya membuat keputusan berdasarkan pengalaman atau cerita orang lain (*word of mouth*), dan keputusan mereka biasanya dipengaruhi oleh faktor motivasi ekonomi dan dipengaruhi oleh orang/kelompok lain.

#### **Lamban (*laggards*)**

Kelompok ini adalah kelompok yang paling tradisional yang berkeberatan untuk mencoba hal/inovasi baru.

Pada Kampanye untuk Proyek GOLD-ISMEA, KP memprioritaskan kelompok perintis dan pengadopsi awal didasarkan pada pertimbangan bahwa kedua kelompok ini memiliki pengaruh yang kuat sehingga dapat mengajak kelompok lainnya untuk mengadopsi inovasi yang diperkenalkan. Saat studi lapangan dilakukan pada kurun waktu Oktober-November 2019, tim lapangan mengidentifikasi dan membangun jaringan dengan kelompok-kelompok yang memiliki pemikiran terbuka serta punya pengaruh di masyarakat, termasuk di dalamnya adalah para kelompok perempuan.

## MATERI PENINGKATAN KESADARTAHUAN

Sebagai bagian dari strategi peningkatan kesadaran, KP membuat beberapa materi promosi untuk mendukung kegiatan kampanye lapangan baik secara umum maupun secara spesifik untuk enam lokasi yang menjadi sasaran pelaksanaan. Dalam pembuatan dan produksi materi-materi tersebut, KP melakukan aktivitas-aktivitas sebagai berikut:

### Formulasi Konsep Peningkatan Kesadartahuan

Melalui riset awal, KP mendapatkan masukan-masukan berharga tentang khalayak sasaran (*target audience*) dan bahwa dorongan-dorongan sosial (*social drivers*) dapat digunakan untuk mendukung usaha-usaha komunitas PESK dalam mengurangi atau meninggalkan penggunaan merkuri. Menggabungkan masukan-masukan tersebut dengan pesan kunci yang telah dikembangkan sebelumnya, konsep materi peningkatan kesadaran dikembangkan untuk digunakan secara umum dan spesifik per kelompok audiens. Sketsa untuk penggunaan umum ditujukan untuk seluruh pemangku kepentingan, sedangkan sketsa spesifik didesain untuk digunakan kepada masing-masing sasaran kelompok.

### Desain dan Pengembangan Rancangan

Konsep atau sketsa awal tersebut kemudian dikembangkan lebih jauh oleh desain dan konten kreator ahli dan tertuang dalam tiga format: video, kalender, poster, dan *leaflet* atau brosur. Seluruh materi telah diamankan dari aspek hak kekayaan intelektualnya. Materi yang memuat foto orang telah mendapatkan persetujuan atau sudah memiliki lisensi terbuka untuk digunakan. Seluruh desain telah mempertimbangkan konteks sosial seperti aspek religiusitas/keagamaan atau perbedaan etnis serta mempertahankan wibawa orang-orang yang termuat di dalamnya.

### Ulasan dan Percobaan Materi

Rancangan video, brosur, poster, serta modul pelatihan yang telah dibuat sudah diulas oleh para pemangku kepentingan, di antara lain KLHK, BPPT, dan UNDP pada rangkaian diskusi kelompok terarah di bulan November-Desember 2019 serta pada Januari 2020. Lebih lanjut, uji coba lapangan dilaksanakan dengan melibatkan khalayak yang ingin disasar di antara masyarakat setempat yang memiliki karakteristik sosio-ekonomi yang serupa dengan mereka yang ada di lokasi ASGM.

### Finalisasi dan Produksi

Seluruh rancangan materi kemudian difinalisasi dan diproduksi oleh tim videografi dan percetakan profesional untuk menghasilkan produk dengan kualitas tinggi. Produk-produk final tersebut adalah:

#### POSTER

**Poster A** 3 alasan untuk beralih ke penambangan emas tanpa menggunakan merkuri

Sasaran:

Pemilik modal/pengolahan/lahan, operator pengolahan, penambang, pengepul/toko emas tingkat I

Distribusi:

Saat kegiatan sosialisasi (pertemuan informal), "Kopi Sore"

Dipasang di titik-titik strategis seperti kantor koperasi/balai desa, kantor dinas, dan lubang tambang

Versi digital dibagikan lewat Facebook dan Whatsapp grup



**Poster B** Pengolahan emas tanpa merkuri menghasilkan keuntungan ekonomi yang lebih baik

Sasaran:

pemilik modal/pengolahan/lahan, operator pengolahan, penambang, pengepul/toko emas tingkat I, kelompok perempuan

Distribusi:

Dibagikan saat sosialisasi (pertemuan informal) Kopi Sore, saat sosialisasi/pertemuan besar

Dipasang di titik-titik strategis seperti kantor koperasi/balai desa, kantor dinas, dan lubang tambang

Versi digital dibagikan lewat Facebook dan Whatsapp grup



**Poster C** Pengolahan emas tanpa merkuri untuk melindungi kesehatan keluarga dan lingkungan

Sasaran:

Kelompok perempuan, ibu-ibu, anak-anak usia sekolah, tokoh masyarakat, aparat desa, penyedia jasa pendidikan

Distribusi:

Saat kegiatan sosialisasi (pertemuan informal) Kopi Sore, pertemuan besar di sekolah-sekolah atau dengan kelompok perempuan

Dipasang di titik-titik strategis seperti kantor koperasi/balai desa, kantor dinas, sekolah, dan lubang tambang

Versi digital dibagikan lewat Facebook dan Whatsapp grup



## KALENDER

#### Pesan Kunci:

Kenapa beralih menggunakan teknik non-merkuri?  
Dampak positif penggunaan teknik non-merkuri secara finansial  
Teknik pengolahan non-merkuri mengurangi dampak buruk pengolahan bagi kesehatan dan lingkungan  
Pengenalan teknik pengolahan non-merkuri (metode instalasi tong besar dan kecil)  
Contoh dan testimoni penggunaan teknik non merkuri oleh komunitas PESK

#### Sasaran:

Komunitas PESK: pemilik modal/pengolahan/lahan, operator pengolahan, penambang, pengepul/toko emas tingkat I  
Anggota keluarga yang menjadi bagian komunitas PESK

#### Distribusi:

Dibagikan saat kegiatan sosialisasi (temu informal) Kopi Sore, di lubang-lubang dan tempat pengolahan, pertemuan formal dengan dinas/aparatur desa, di pertemuan besar dengan kelompok perempuan dan anak-anak

#### PAMFLET

##### Pesan Kunci:

Kenapa beralih ke teknik non-merkuri?  
Dampak berbahaya dari penggunaan merkuri  
Teknik pengolahan non-merkuri (Instalasi tong besar dan kecil)  
Testimoni dari penambang yang sudah menggunakan teknik non-merkuri

##### Sasaran:

Komunitas PESK: pemilik modal/pengolahan/lahan, operator pengolahan, penambang, pengepul/toko emas tingkat I  
Anggota keluarga yang menjadi bagian komunitas PESK

##### Distribusi:

Dibagikan saat kegiatan sosialisasi (temu informal) Kopi Sore, di lubang-lubang dan tempat pengolahan, pertemuan formal dengan dinas/aparatur desa, di pertemuan besar dengan kelompok perempuan dan anak-anak



#### PAKET PELATIHAN

Paket modul pelatihan dikembangkan sebagai panduan bagi juru-juru kampanye untuk melakukan kegiatan kampanye peningkatan kesadaran dan bagaimana menggunakan materi-materi yang telah dibuat. Paket pelatihan ini memungkinkan implementasi kampanye untuk direplikasi di lokasi-lokasi lainnya serta menjangkau para pemangku kepentingan secara lebih efektif dan efisien.

Pengembangan paket modul pelatihan ini mengikuti langkah-langkah berikut:

##### Penilaian Kebutuhan

Penilaian ini dilakukan dengan mempelajari studi kasus-studi kasus kampanye *social marketing* serupa yang telah dilakukan sebelumnya dengan metode pengumpulan data melalui *desktop research* untuk melihat tantangan-tantangan dan solusi khas dari kasus-kasus terdahulu. Pengetahuan akan pengalaman proyek-proyek serupa sebelumnya memberikan daftar permasalahan yang biasanya sering terjadi di beberapa area, seperti segmentasi pemangku kepentingan, penentuan kanal dan bentuk kegiatan penyebaran pesan, perencanaan kegiatan, serta bentuk evaluasi.

**Diskusi Konsep**

Konsep pelatihan didiskusikan bersama profesional yang merupakan spesialis pelatihan untuk memastikan kegiatan kampanye dapat dilakukan secara efektif dan pesan yang disampaikan dapat dipahami sesuai dengan tujuan kepada para pemangku kepentingan atau sasaran khalayak (*target audience*).

**Pengembangan Modul Pelatihan**

Konsep yang telah disetujui tersebut kemudian dikembangkan menjadi sebuah modul pelatihan yang merupakan bagian dari strategi peningkatan kesadaran yang mencakup beberapa aspek dari kegiatan kampanye, antara lain: (a) diagram alir (*flowchart*) strategi peningkatan kesadaran yang menjelaskan tahapan-tahapan dari kampanye *social marketing* dan tipe-tipe aktivitas di tiap tahapan; (b) daftar kelompok yang menjadi sasaran dengan opsi-opsi kanal komunikasi dan materi kampanye yang paling cocok untuk masing-masing kelompok, termasuk juga bentuk aktivitas kampanye yang paling tepat untuk menjangkau masing-masing khalayak sasaran (*target audience*); (c) deskripsi materi-materi kampanye, seperti video, poster, kalender, beserta panduan penggunaan, penyampaian, serta pemasangannya; dan (d) pengembangan kerangka waktu dan estimasi anggaran untuk masing-masing kegiatan kampanye.

**Diskusi dengan UNDP**

Rancangan modul pelatihan dipresentasikan dan didiskusikan bersama dengan UNDP dan para pemangku kepentingan untuk memperkuat konten pelatihan yang ada di dalam modul.

**Mengulas dan Finalisasi**

Modul pelatihan kemudian diulas dan difinalisasi berdasarkan masukan-masukan saat diskusi dengan UNDP dan para pemangku kepentingan lainnya.

## PELAKSANAAN KEGIATAN PENINGKATAN KESADARTAHUAN

Berdasarkan pendekatan dan materi kampanye yang telah disetujui, KP mulai menjalankan kampanye untuk menjangkau 1.200 partisipan di enam lokasi. Di tiap lokasi, KP menargetkan untuk dapat menjangkau setidaknya 200 partisipan yang terdiri dari beragam kelompok sasaran. Bentuk kegiatan/aktivitas yang dilakukan untuk tiap kelompok audiens ditentukan berdasarkan kesesuaian dan karakteristik dari masing-masing kelompok.

Dalam menentukan format kegiatan yang dilakukan serta menentukan jadwal untuk masing-masing lokasi, KP berdiskusi dan mendengarkan masukan dari fasilitator lapangan GOLD-ISMIA yang memiliki pemahaman lebih mendalam terkait situasi dan kondisi di masing-masing lokasi. Pesan kunci kemudian diadaptasi sesuai konteks lokal untuk menjamin semakin mudahnya isi pesan dipahami oleh khalayak sasaran.

Setelah beberapa kali berkonsultasi dengan UNDP dan fasilitator lapangan, KP membangun rencana kegiatan dan jadwal kampanye peningkatan kesadartahuan sebagai berikut:

| LOKASI   | JADWAL                  | KEGIATAN   | SASARAN KHALAYAK  |
|--|-------------------------|--|---|
| Desa Buwun Mas, Lombok Barat, NTB                      | 2-5 Maret 2020          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Courtesy visit ke dinas-dinas terkait</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Dinas Lingkungan Hidup</li> <li>Aparatur desa, penegak hukum tingkat desa, penyedia jasa kesehatan di tingkat desa-kecamatan</li> </ul>                      |
| Desa Tatelu, Minahasa Utara, Manado                    | 11-16 Maret 2020        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Pertemuan besar/Town hall meeting dengan aparatur desa, penyedia jasa kesehatan di level desa-kecamatan, dan tokoh-tokoh lokal</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Pemilik modal/mesin pengolahan/lahan/lubang, investor, penambang, pengolah, keamanan tambang, dan pihak-pihak yang secara langsung ada dalam PESK</li> </ul> |
| Desa Kalirejo and Hargorejo, Kulonprogo, DI Yogyakarta | 23-26 Maret 2020        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Pertemuan informal (Kopi Sore) dengan kelompok perintis dan pengadopsi awal di komunitas PESK</li> </ul>                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Anggota keluarga Komunitas PESK</li> <li>Koperasi tambang setempat</li> </ul>  |
| Desa Logas, Kuantan Singingi, Riau                     | 30 Maret - 2 April 2020 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Presentasi video dan pembagian poster, kalender, serta brosur</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Kelompok perempuan (ibu-ibu, perempuan hamil, istri, remaja putri, dll)</li> <li>Anak-anak usia sekolah</li> </ul>   |
| Desa Hulawa, Gorontalo Utara, Gorontalo                | 6-9 April 2020          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Diskusi informal dengan anggota komunitas PESK beserta keluarga, kelompok perempuan, dan anak-anak usia sekolah</li> </ul>                |   |
| Desa Anggai, Halmahera Selatan, Maluku Utara           | 13-17 April 2020        |  |   |

Di awal hingga pertengahan Maret 2020, KP melaksanakan kampanye lapangan di dua lokasi, yakni di Lombok Barat dan Minahasa Utara. Pada pertengahan Maret 2020, UNDP dan KP sepakat untuk menunda rencana kegiatan yang sudah disepakati di empat lokasi lainnya sehubungan dengan keputusan pemerintah untuk melakukan pembatasan sosial skala besar (PSBB) sebagai bentuk penanganan pandemi COVID-19 yang semakin meluas.

Untuk menjaga kegiatan kampanye dapat terus berlangsung di empat lokasi yang direncanakan khususnya di Desa Hulawa Kecamatan Sumalata Timur Provinsi Gorontalo Kiroyan Partners (KP) bekerjasama dengan Pusat Studi Lingkungan dan Kependudukan Universitas Negeri Gorontalo (PSL-K LPPM UNG). Kerjasama ini tertuang dalam kontrak perjanjian kerjasama No. 389/PK/KP/XI/2020 tanggal 4 November 2020.

Tabel 1 khalayak sasaran serta jumlah persentase khalayak sasaran

| No           | Khalayak Sasaran                                  | Jumlah     | Persen         |
|--------------|---|------------|----------------|
| 1            | Aparat pemerintah DLH dan Desa                    | 17         | 8,37%          |
| 2            | Guru dan tenaga kependidikan dan tenaga kesehatan | 16         | 7,88%          |
| 3            | Pemilik modal dan pemilik pengolahan              | 6          | 2,96%          |
| 4            | Kelompok Pekerja Tambang                          | 72         | 35,47%         |
| 5            | Kelompok Pekerja Pengolahan                       | 28         | 13,79%         |
| 6            | Kelompok Ibu-Ibu Desa Hulawa                      | 51         | 25,12%         |
| 7            | Kelompok Anak-anak usia sekolah (SMP dan SMA)     | 13         | 6,40%          |
| <b>Total</b> |   | <b>203</b> | <b>100,00%</b> |

Kegiatan kampanye peningkatan kesadaran bahaya merkuri dalam praktik Penambangan Emas Skala Kecil (PESK) di Desa Hulawa. Secara rinci dapat dilihat pada sajian tabel di bawah ini.



Tabel 2 khalayak sasaran hari pertama jumlah audience 68 orang

| Aksi Hari Pertama<br>Senin, 30 Nopember 2020                  |         |   |
|---|---------|---|
| Sasaran   | Jumlah  | Dokumentasi kegiatan  |
| Kantor Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kabupaten Gorontalo Utara | 9 orang |  |
| Aparat Desa Hulawa Kecamatan Sumalata Timur                   | 8 Orang |  |

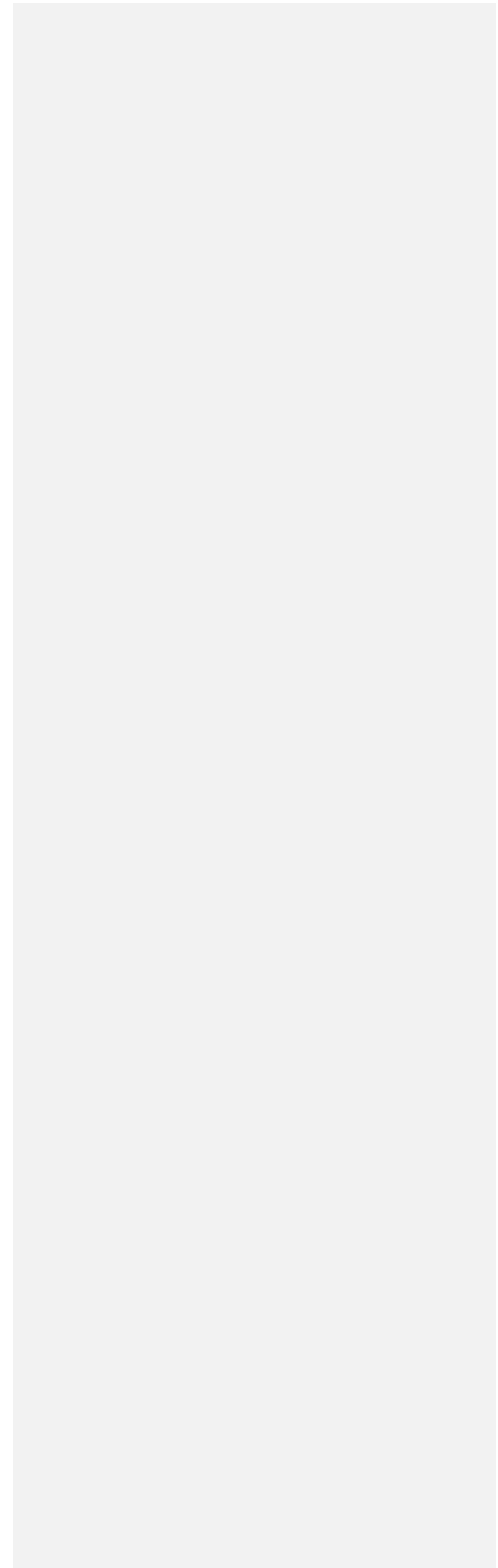


|  |                 |   |
|--|-----------------|---|
| Kelompok Ibu-Ibu<br>Desa Hulawa<br>Kecamatan Sumalata<br>Timur | 51 orang        |  |
| <b>Jumlah Audience</b>   | <b>68 orang</b> |   |

Tabel 3 khalayak sasaran hari Kedua jumlah audience 50 orang

| <b>AKSI Hari Kedua<br/>Selasa 01 Desember 2020</b>                      |               |   |
|---|---------------|---|
| <b>Sasaran</b>  | <b>Jumlah</b> | <b>Dokumentasi kegiatan</b>   |
| Pemilik modal dan<br>pemilik pengolahan                                 | 6 orang       |   |
| Kader Kesehatan yang<br>bekerja di Puskesmas<br>Pembantu Desa<br>Hulawa | 9 Orang       |  |

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p>Kelompok Pekerja<br/>Tambang lokasi Kelapa<br/>Dua</p> | <p>7 Orang<br/>(lubang Pak Iwan)</p>              |    |
|   | <p>2 Orang<br/>(lubang pak Anhsar H<br/>Antu)</p> |   |
| <p>Kelompok Pekerja<br/>Tambang lokasi Lama</p>           | <p>3 Orang<br/>(lubang pak Titon)</p>             |  |
|   | <p>8 orang<br/>(lubang pak Djailil)</p>           |  |

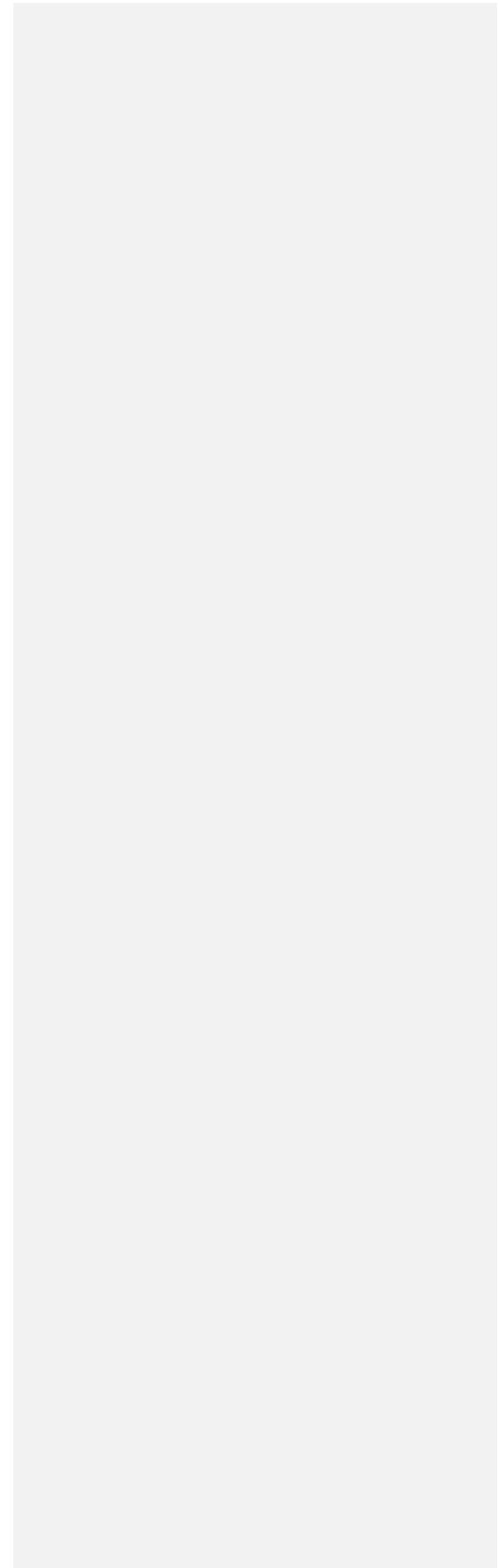


|                             |                                      |   |
|-----------------------------|--------------------------------------|---|
|                             | 4 orang<br>(lubang pak sumbu Tinggi) |    |
| Kelompok Pekerja Tambang    | 4 orang                              |   |
| Kelompok Pekerja Pengolahan | 7 orang                              |  |
| <b>Jumlah Audience</b>      | <b>50 orang</b>                      |   |

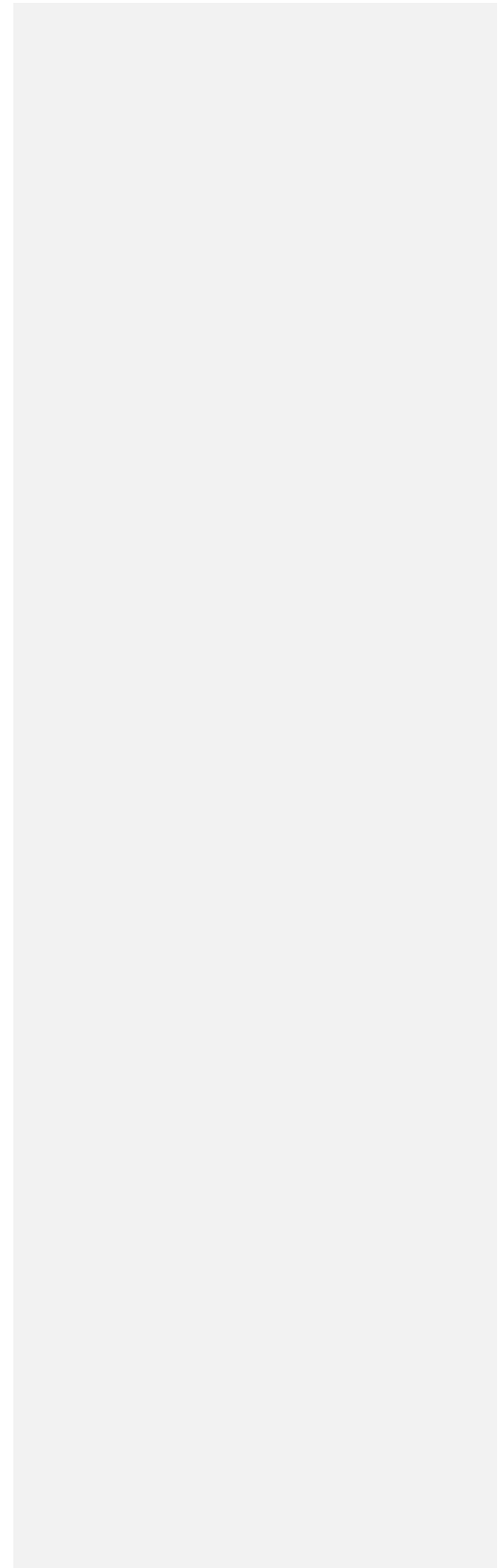
Tabel 3 khalayak sasaran hari ketiga jumlah audience 85 orang


|   |               |                             |
|---|---------------|-----------------------------|
| <b>AKSI Hari Ketiga<br/>Rabu 02 Desember 2020</b> |               |                             |
| <b>Sasaran</b>                                    | <b>Jumlah</b> | <b>Dokumentasi kegiatan</b> |

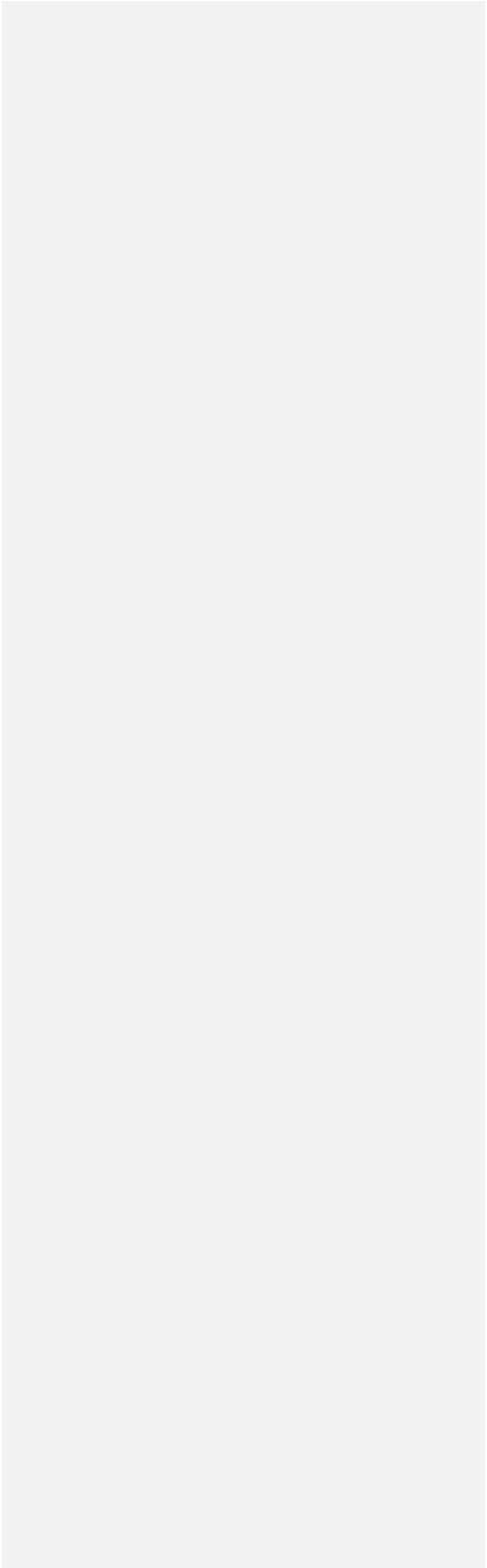
|  |  |   |
|--|--|---|
| <p>Guru dan tenaga kependidikan SD Negeri 1 Hulawa</p> | <p>7 orang</p>                                     |    |
| <p>Kelompok Pekerja Tambang</p>                        | <p>15 orang<br/>(Dusun Pasolo rumah Bpk Potir)</p> |    |
|  | <p>3 orang<br/>(Dusun Pasolo, rumah ibu Yuyun)</p> |   |
|  | <p>16 orang<br/>(Dusun Pantai)</p>                 |  |
|  | <p>9 orang<br/>(Rumah Ibu Hafisah)</p>             |  |



|  |  |   |
|--|--|---|
|  | <p>5 orang<br/>(Dusun Pasolo)</p>  |    |
| <p>Kelompok<br/>Pengolahan<br/>Pekerja</p> | <p>4 orang<br/>(Halaman Balai Desa<br/>Hulawa)</p>                           |    |
|  | <p>9 orang<br/>(Tromol lokasi<br/>pengolahan milik Bpk<br/>Andra Bumulo)</p> |   |
|  | <p>4 orang<br/>(Tromol lokasi<br/>pengolahan milik Bpk<br/>Muh Lassa)</p>    |  |



|   |                 |   |
|---|-----------------|---|
| Kelompok Anak-anak Penambang usia sekolah (SMP dan SMA) | 13 orang        |  |
| <b>Jumlah Audience</b>                                  | <b>85 orang</b> |   |



Kegiatan kampanye di Gorontalo Utara (Gorut) berhasil dilakukan berkat kerja sama antara KP dengan Pusat Studi Lingkungan dan Kependudukan, Universitas Negeri Gorontalo (PSLK UNG). UNG telah terlibat dalam beberapa kegiatan GOLD-ISMIA sebelumnya. Selain pertimbangan tersebut, keahlian akademik di bidang penambangan emas skala kecil (PESK) dan pengalaman beberapa anggota tim fasilitator yang telah melakukan penelitian maupun kegiatan serupa terkait PESK menjadi faktor kunci yang melancarkan kegiatan kampanye yang dilakukan di Desa Hulawa, Kecamatan Sumalata ini. Kerjasama dan kelancaran kegiatan juga terjadi berkat komunikasi antara pihak PSLK UNG yang dijabat oleh fasilitator lapangan UNDP yang ditempatkan di Gorontalo Utara. Komunikasi tiga arah antara KP, PLSK UNG, dan fasilitator lapangan UNDP kemudian membuka ruang-ruang untuk tim fasilitator melakukan pendekatan serta sosialisasi kepada para pemangku kepentingan terkait dan target khalayak.

Tim fasilitator yang ditugaskan oleh PSLK UNG berjumlah lima orang, terdiri dari satu orang perempuan dan empat orang laki-laki. Tim terdiri dari kombinasi pengajar senior yang telah berpengalaman di bidang penelitian dan pengabdian masyarakat, serta dibantu oleh pengajar-pengajar muda. Kombinasi ini membuat kegiatan kampanye dapat menjangkau audiens yang lebih beragam. Hal ini juga ditunjang pemahaman tim fasilitator terhadap adat istiadat dan budaya setempat yang membuat penyampaian pesan kampanye dapat dipahami oleh audiens dengan lebih baik.

Berikut adalah nama-nama anggota tim yang menjadi fasilitator:

1. Muh. Kasim, ST, MT – ketua tim
2. Noviar Akase, ST, M.Si
3. Syahrizal Koem, S.Pd, M.Si
4. Ahmad Syamsurizal, S.Pd, M.Pd
5. Febriyani Tue, S.Pd

Uraian lengkap pelaksanaan kegiatan di Desa Hulawa, Kab. Gorontalo Utara, Gorontalo, adalah sebagai berikut:

**Tanggal Pelaksanaan** : 30 November - 02 Desember 2020

**Tujuan** : Meningkatkan kesadaran khalayak sasaran (*target audience*) serta mempromosikan perubahan perilaku di antara para pemangku kepentingan agar tertarik untuk mengurangi penggunaan merkuri pada praktik pengolahan Penambangan Emas Skala Kecil (PESK). Peningkatan kesadaran dilakukan melalui serangkaian kegiatan melalui sosialisasi langsung kepada pihak-pihak pemerintahan, aparat desa, pemilik modal, pengolah, pekerja/penambang, serta kelompok perempuan dan anak-anak di desa/area penambangan.

**Khalayak sasaran** : 203 khalayak sasaran (*target audience*) yang terdiri dari :

1. Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Gorontalo Utara
2. Aparat Pemerintah Desa Hulawa Kecamatan Sumalata Timur dan kepala dusun
3. Tokoh-tokoh masyarakat
4. Pekerja bidang kesehatan dan pendidikan
5. Pemilik modal (pemilik pengolahan/pemilik lubang tambang, dll)
6. Pekerja pengolahan dan penambang emas
7. Kelompok perempuan dan anak-anak sekolah

**Lokasi** : 1. Kantor Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Gorontalo Utara  
 2. Kantor Desa Hulawa, Kecamatan Sumalata Timur  
 3. Sekolah Dasar Negeri 1 Hulawa  
 4. Rumah warga masyarakat Desa Hulawa  
 5. Lubang tambang di lokasi tambang Kelapa 2 dan lokasi lama  
 6. Lokasi pengolahan emas di Dusun Pasolo

**Metodologi** : 1. Presentasi mengenai dampak negatif bagi lingkungan dan kesehatan, kerugian ekonomi, dan implikasi hukum dari produksi, distribusi, dan penggunaan merkuri.  
 2. Penyebaran informasi mengenai teknik alternatif non-merkuri yang lebih aman serta menguntungkan.  
 3. Sesi diskusi, pendalaman, dan tanya jawab.  
 4. Pemutaran video dan distribusi poster, kalender, dan brosur.

**Terhapus:** p

**Terhapus:** Sekitar 200

**Terhapus:** orang

**Terhapus:** Metode kampanye dilakukan dengan 2 cara, yaitu :  
 1. Koordinasi kepada pemerintah terkait, dilakukan di Dinas lingkungan hidup Kabupaten Gorontalo Utara dan Kantor Desa Hulawa  
 2. Kampanye Kesadaran mengenai Bahaya Merkuri, dilakukan dengan tahapan:  
 a. Fasilitator memperkenalkan diri kepada khalayak sasaran  
 b. Melakukan *pre-test* dengan menggunakan formulir yang telah disiapkan  
 c. Paparan mengenai bahaya merkuri dan pemutaran video 1, 2, 3 dan 4 (tergantung situasi)  
 d. Memberikan pertanyaan umpan balik mengenai video yang telah diputar  
 e. Melakukan *post-test*  
 f. Yel-yel "Merkuri Bikin Rugi"  
 g. Foto bersama

**Telah Diformat:** Font: (Default) Times New Roman, 12 pt

**Telah Diformat:** Font: (Default) Times New Roman, 12 pt



**Gambaran Umum** : Kampanye menjangkau 203 orang khalayak sasaran yang terdiri dari 7 (tujuh) kelompok audiens.

Pemerintah daerah dalam hal ini Dinas Lingkungan Hidup dan Kepala Desa Hulawa telah sering mendapatkan sosialisasi mengenai hal ini sebab lebih dari 90% masyarakat Desa Hulawa adalah penambang.

**Ringkasan temuan dari kelompok aparatur desa**

Pemilik modal di Desa Hulawa sepakat untuk beralih dari merkuri ke cara pengolahan lainnya. Kesiapan ini diiringi dengan catatan bahwa biaya, waktu dan tangkapan emas yang dihasilkan lebih maksimal dibandingkan dengan menggunakan merkuri.

Pemilik modal mengakui teknik pelarutan lebih maksimal dalam menangkap emas. Namun, waktu yang dibutuhkan lebih lama dan biaya zat kimia lebih mahal serta material yang diolah butuh jumlah yang lebih besar (berton-ton) dibandingkan teknik pengolahan menggunakan merkuri. Akibatnya sehingga...

Sebagian kecil masyarakat penambang dan pengolahan mengatakan mereka telah mengetahui dampak negatif penggunaan merkuri.

**Ringkasan temuan lain dari kelompok pekerja tambang**

**Ringkasan temuan dari kelompok tokoh masyarakat**

Sebagian besar masyarakat dari berbagai kelompok (penambang, pengolahan, kelompok ibu-ibu pekerja tambang dan pengolahan) mengatakan pernah mengalami gangguan kesehatan yang diasosiasikan dengan penggunaan merkuri. Hal ini antara lain gatal-gatal, kejang-kejang, gangguan napsu dan gangguan penglihatan pada saat aktivitas penambangan dan pengolahan.

**Ringkasan temuan dari kelompok perempuan dan anak-anak**

Ringkasan temuan lain yang menarik seperti kendala untuk beralih dari kalangan penambang/pekerja? Aspirasi/harapan yang dikemukakan berulang oleh lebih dari satu kelompok audiens?

**Temuan mendalam** : 1. **Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Gorontalo Utara**

Kegiatan lapangan dimulai dengan kunjungan rapat (courtesy meeting) kepada pihak Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Gorontalo Utara (DLH Kabupaten Gorut). Kegiatan dilakukan pada hari XX, tanggal XX November/Desember 2020. Kunjungan ini bertujuan untuk memberitahukan informasi serta agenda kegiatan yang akan dilakukan oleh tim selama beberapa hari ke depan di Desa Hulawa. Saat kunjungan, Tim PSL-K UNG kerjasama dengan Kiroyan Partner (KP) diterima langsung oleh sekretaris dinas, M.T. Sirajuddin, M.Si. Beliau mengatakan bahwa ia sangat mengapresiasi kegiatan proyek GOLD-ISMIA di Desa Hulawa. Kegiatan ini sangat membantu pemerintah dalam mensosialisasikan bahaya merkuri pada penambang emas skala kecil (PESK) di Desa Hulawa, terlebih lagi sekitar 90% penduduknya berprofesi sebagai penambang skala kecil.

Informasi terkait kendala/tantangan yang dihadapi pemerintah daerah dalam mengurangi/menghapus penggunaan merkuri selama ini

Informasi terkait harapan dari pihak DLH terhadap kegiatan ini

Informasi lain terkait sesi kegiatan, apakah ada pihak DLH lain yang mengikuti dan mengungkap aspirasi/harapan/tantangan, apakah ada pesan-pesan khusus yang disampaikan? Pemaparan video/pembagian materi cetak? Pemasangan poster? Bagaimana menutup sesi pertemuan ini?

**Rekomendasi**

Rekomendasi pihak DLH terhadap pengurangan/penghapusan merkuri di Desa Hulawa, dan cara mencapainya

**Terhapus: Rangkuman**

**Terhapus:** dari berbagai pihak

**Dikomentari [2]:** "Hal ini" disini merujuk pada bahaya merkuri atau kepada akan diadakannya kegiatan GOLD-ISMIA? Atau merujuk pada hal lainnya?

**Dikomentari [3]:** Berapa % yang sepakat? Sebagian besar/kecil? (bisa dilihat dari hasil pretest dan posttest yang diringkas)

**Terhapus:** dengan

**Terhapus:** .

**Dikomentari [4]:** Seluruh/sebagian besar/kecil/XX % dari para pemilik modal

**Terhapus:** tetapi

**Terhapus:** menurut mereka

**Terhapus:** dalam skala

**Dikomentari [5]:** Dapat dilanjutkan agar terlihat pandangan atau pertimbangan dari para pemilik modal.

**Terhapus:** !

**Dikomentari [6]:** Berapa % dari total pekerja tambang/pengolah yang dikunjungi?

**Terhapus:** yang

**Dikomentari [7]:** Dalam aspek apa? Kesehatan? Lingkungan? Ekonomi? Dampak negatif lebih detail seperti apa yang telah mereka ketahui? Dapat dari mana informasi terkait efek negatif dari merkuri tersebut?

**Terhapus:** .

**Dikomentari [8]:** Dapat disebut "Sebagian besar atau sekitar XX%..."

**Terhapus:** yang telah merasakan dampak penggunaan merkuri seperti

**Terhapus:** ¶

**Terhapus:** berkunjung ke Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Gorontalo Utara

**Terhapus:** Bapak

**Terhapus:** Sangat

**Terhapus:** rakyat



Rekomendasi pihak DLH terhadap kegiatan GOLD-ISMA/harapan terhadap kegiatan, dan cara mencapainya

Desa Hulawa adalah salah satu desa di Provinsi Gorontalo yang telah diusulkan untuk menjadi Wilayah Pertambangan Rakyat (WPR) sehingga aktivitas PESK di desa ini dapat diletakkan. Sehingga penggunaan merkuri dan penambangan emas tanpa izin (PETI) dapat dihindari. Desa Hulawa identik dengan penambangan emas ini dapat dilihat dari banyaknya kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan

**Dikomentari [9]:** Misal apakah pada saat pertemuan, SekDis mengatakan langkah-langkah yang telah dilakukan selama ini dan apa yang belum berhasil serta masukan beliau supaya lebih berhasil, dsb, tanggapan terkait video/materi yang akan diberikan kepada masyarakat

## 2. Aparat Pemerintah Desa Hulawa, Kecamatan Sumalata Timur, dan kepala dusun

Kegiatan dilakukan pada hari XX, tanggal XX November/Desember 2020, bertempat di XXXX. Audiens yang hadir adalah XX peserta, yang terdiri dari aparatur pemerintahan Desa Hulawa beserta para kepala dusun. Sesi dimulai dengan pengenalan diri serta pemaparan agenda kegiatan yang akan dilakukan di Desa Hulawa. Berdasarkan pertanyaan *pre-test* yang diajukan terkait pemahaman audiens tentang bahaya merkuri, Aparat Desa Hulawa sampai tingkat dusun mengatakan bahwa mereka telah memahami mengenai dampak negatif dalam penggunaan merkuri baik dari segi kesehatan, lingkungan serta kurang maksimalnya merkuri dalam menangkap emas. Hal ini disebabkan karena pemerintah Desa Hulawa telah pernah mengikuti kegiatan serupa di Kulon Progo, Yogyakarta yang menjadi lokasi *pilot project* pengolahan emas dengan menggunakan sistem perendaman yang di bangun oleh BPPT.

**Dikomentari [10]:** Apakah ini juga merupakan rangkaian dari GOLD-ISMA atau inisiatif BPPT sendiri/dari program pemerintah lainnya?

Sesi pemaparan kemudian dilanjutkan dengan pemutaran video yang telah disiapkan. Video-video yang ditampilkan terkait dampak merkuri yang merugikan secara XXX, XXX, XXX.

Bagaimana tanggapan audiens terhadap video yang ditampilkan? Informasi paling menarik bagi audiens?

Adakah informasi baru yang mereka dapatkan dari sesi pemaparan video? Apa informasi tersebut bila ada?

Apa informasi yang paling tidak berkesan/paling cepat dilupakan oleh audiens? Mana video yang mendapat respons paling positif/antusias? Mana yang paling rendah responsnya?

Setelah pemaparan dan diskusi singkat terkait materi-materi yang terkandung dalam video presentasi, sesi dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab yang lebih mendalam antara fasilitator dengan pihak audiens. Pada sesi ini, tim fasilitator berdiskusi dan menanyakan hal-hal seperti XXXX, XXXX, XXXX.

Apa informasi menarik yang muncul pada sesi diskusi mendalam?

Bagaimana pandangan aparat desa yang mungkin merangkap sebagai aktor PESK (sebagai pemilik modal/pengolahan atau pekerja) terkait upaya pengurangan atau penghapusan penggunaan merkuri di Desa Hulawa? Setuju/tidak setuju? Setuju dengan catatan? Apa catatannya? Apa yang membuatnya tidak setuju? Apa pandangan tentang alternatif teknik yang diajukan?

Narasi hasil *post-test*. Berapa persen yang ingin beralih? Berapa yang masih enggan? Bagaimana komitmen untuk beralih menggunakan teknik-teknik bebas merkuri/mendorong pemilik modal beralih? Apa faktor-faktor/temuan saat diskusi dan eksplorasi hasil *post-test*? Pendapat-pendapat yang menarik saat sesi diskusi?

Pemerintah desa merupakan salah satu pemangku kepentingan terpenting dalam usaha pengurangan merkuri di sektor PESK. Peran mereka sebagai

Bagaimana potensi/kemauan audiens untuk menyebar informasi yang mereka dapatkan selama kegiatan ke masyarakat/keluarga di Desa Hulawa yang mungkin tidak bisa terlibat dalam kegiatan kali ini?

Bagaimana sesi dilanjutkan setelah post-test? Bagaimana pertemuan diakhiri?

Pada saat pembagian materi cetak, mana materi cetak yang paling mendapat respons positif? Mana yang paling tidak dipedulikan?

#### Rekomendasi

Apa masukan atau rekomendasi dari pihak audiens terkait kegiatan GOLD-ISMIA? Bagaimana supaya bisa lebih baik dan efektif ke depannya?

Apa rekomendasi mereka terkait pengurangan merkuri? Apakah cara-cara yang diajukan sudah tepat menurut mereka? Atau ada cara lain yang menurut mereka lebih efektif?

### 3. Tokoh-tokoh masyarakat

xxx

#### Rekomendasi

Apa masukan atau rekomendasi dari pihak audiens terkait kegiatan GOLD-ISMIA? Bagaimana supaya bisa lebih baik dan efektif ke depannya?

Apa rekomendasi mereka terkait pengurangan merkuri? Apakah cara-cara yang diajukan sudah tepat menurut mereka? Atau ada cara lain yang menurut mereka lebih efektif?

### 4. Pekerja Bidang Kesehatan dan Pendidikan

Pada saat kampanye dilakukan di kader kesehatan dan guru-guru mereka pada dasarnya telah mengetahui bahaya penggunaan merkuri khususnya bagi kesehatan dan lingkungan. Mereka sangat mendukung kegiatan GOLD-ISMIA dan mereka bersedia menjadi agen-agen perubahan di masyarakat Desa Hulawa.

#### Rekomendasi

Apa masukan atau rekomendasi dari pihak audiens terkait kegiatan GOLD-ISMIA? Bagaimana supaya bisa lebih baik dan efektif ke depannya?

Apa rekomendasi mereka terkait pengurangan merkuri? Apakah cara-cara yang diajukan sudah tepat menurut mereka? Atau ada cara lain yang menurut mereka lebih efektif?

### 5. Pemilik Modal

xxx

#### Rekomendasi

Apa masukan/rekomendasi/harapan dari audiens agar memudahkan untuk beralih ke teknik-teknik bebas merkuri? Langkah-langkah apa yang harus ditempuh agar mau beralih?

Saran dan masukan mereka untuk kegiatan GOLD-ISMIA yang lebih baik ke depannya?

### 6. Pekerja di Sektor PESK

Kegiatan pertemuan dengan kelompok pekerja di sektor PESK dilakukan pada hari XXX, tanggal XXX November/Desember 2020 dan bertempat di lokasi-lokasi pengolahan. Pada kegiatan ini, tim fasilitator melakukan pertemuan dengan kelompok audiens pekerja-pekerja tambang yang utamanya berperan sebagai XXXXX di area-area pengolahan yang dimiliki oleh XXXX, XXXX, dan XXXX.

Sesi dimulai dengan XXXXX. Tim fasilitator mengajukan pertanyaan *pre-test* sebagai upaya melihat pengetahuan audiens terkait bahaya merkuri. Sebagian besar dari mereka belum mengetahui mengenai dampak negatif merkuri terhadap kesehatan dan lingkungan.

**Dikomentari [11]:** Silakan disesuaikan informasi temuannya per kelompok audience

**Dikomentari [12]:** Silakan disesuaikan informasi temuannya per kelompok audience

**Dikomentari [13]:** Silakan disesuaikan informasi temuannya per kelompok audience

**Dikomentari [14]:** Peluang/pengumpul material, operator gelondong/tromol, dsb.

**Dikomentari [15]:** Berapa persen dari total audiens/total kelompok ini? Bagaimana dengan sebagian kecilnya? Apakah mereka sudah tahu? Apa yang mereka ketahui? Dapat dinarasikan di sini.

Apakah ada kegiatan serupa yang dilakukan dan mereka hadiri sebelumnya? Siapa yang menyelenggarakan?

Pemutaran video dan diskusi terkait materi video, apa saja video/tema video yang ditampilkan

Tanggapan terhadap materi, mana yang paling mendapat respons positif, informasi apa yang baru untuk audiens?

Mana yang paling cepat dilupakan/informasi apa yang dianggap tidak menarik oleh audiens?

Menariknya, mereka telah memiliki pengetahuan tentang daya tangkap merkuri yang hanya bisa menangkap 30 - 50 persen kandungan emas dalam batuan. Hal ini berdasarkan pengalaman mereka dalam pengolahan. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dengan tangkapan merkuri yang rendah tersebut, para pekerja PESK di Desa Hulawa mengolah secara berulang-ulang.

Pada saat sesi diskusi dan tanya jawab mendalam dilakukan, ditemukan beberapa faktor yang menghambat kelompok ini untuk berpindah ke teknik bebas merkuri. Pertama adalah kendala kurangnya informasi mengenai metode alternatif yang bisa dilakukan. Cara pengolahan emas yang diketahui oleh sebagian besar audiens sejauh ini hanyalah dengan menggunakan merkuri. Sedangkan bagi sebagian kecil lainnya, mereka lebih memilih merkuri karena dianggap sebagai cara yang mudah dan sederhana.

Kedua, menurut mereka, mengolah dengan merkuri dapat langsung dilihat hasilnya pada hari yang sama dan langsung bisa dijual di hari tersebut. Sedangkan, dengan teknik non-merkuri, mereka harus menunggu berhari-hari.

Ketiga, jumlah material yang mereka miliki hanya sedikit ("satu pikulan" setara dengan setengah karung ukuran 25 Kg). Hal ini membuat mereka menganggap bahwa sistem pengolahan dengan tong (pelarutan) tidak mungkin dapat dilakukan karena memerlukan material dalam jumlah besar.

Keempat, merkuri lebih mudah mereka dapatkan dibandingkan dengan sianida. Bagaimana mereka mendapatkan merkuri? Menurut audiens, kenapa sianida sulit didapat padahal legal, dibandingkan merkuri yang sudah ilegal? Adakah data terkait harga?

Narasi hasil post-test.

Bagaimana minat dan keinginan mereka untuk beralih? Selain kendala-kendala di atas, apakah setelah pemaparan mereka menjadi yakin untuk beralih atau tetap bertahan pada keraguan karena kendala-kendala tersebut?

Kelompok ini memegang peranan penting dalam pengurangan merkuri di Desa Hulawa. Mereka dapat berperan tidak hanya sebagai mayoritas awal (*early majority*), tapi juga pengadopsi awal (*early adopter*) dari teknik yang diperkenalkan.

Kelompok ini sangat berharap agar pemerintah dapat memfasilitasi mereka meninggalkan praktik-praktik pengolahan menggunakan merkuri. Hal ini disebabkan informasi dan pengetahuan yang mereka baru dapatkan dari kegiatan kampanye GOLD-ISMIA bahwa merkuri merupakan barang berbahaya dan ilegal, sehingga penggunaannya dapat berakibat pada konsekuensi pidana.

Faktor lain apa yang membuat mereka ingin beralih selain faktor pidana?

Bagaimana sesi ditutup? Pembagian materi cetak? Materi cetak mana yang dapat respons paling positif? Mana yang paling tidak dipedulikan?

Bagaimana potensi mereka akan menyebarluaskan informasi yang mereka dapat ke khalayak lebih luas/teman-temannya yang tidak bisa ikut kegiatan ini?

Rekomendasi

**Dikomentari [16]:** Dari mana mereka mendapat informasi ini? Bagaimana tanggapan ketika dijelaskan bahwa sistem pelarutan/tong yang dikembangkan dapat mengolah material dalam jumlah yang lebih sedikit?

**Dikomentari [17]:** Dapat dielaborasi lebih lanjut

**Dikomentari [18]:** Apakah ada nama individu-individu yang teridentifikasi oleh tim fasilitator yang bisa dilibatkan lebih jauh untuk adopsi teknologi bebas merkuri yang dapat menjadi contoh/local champion bagi teman-temannya? Atau bahkan, menjadi inovator/perintis penggunaan teknik bebas merkuri? Jika ya, dapat disertakan dalam paragraf ini.

Apa masukan/rekomendasi dari audiens agar memudahkan untuk beralih ke teknik-teknik bebas merkuri? Langkah-langkah apa yang harus ditempuh agar pemilik modal mau beralih? Saran dan masukan mereka untuk kegiatan GOLD-ISMIA yang lebih baik ke depannya?

#### 7. Kelompok Perempuan dan Anak-anak

Pada saat kampanye dengan kelompok sasaran perempuan, salah seorang *audience* mengatakan bahwa sejak 12 tahun lalu hingga saat ini beliau sering kontak langsung dengan merkuri tetapi tidak merasakan gejala-gejala gangguan kesehatan seperti yang ditampilkan pada video. Hal ini juga dirasakan oleh ibu lainnya, tetapi setelah Tim Fasilitator GOLD-ISMIA menjelaskan lebih jauh, barulah ibu-ibu paham dan berniat meninggalkan praktik-praktik menggunakan merkuri jika ada alternatif penggantinya.

#### Rekomendasi

Apa masukan/rekomendasi/harapan dari audiens agar memudahkan untuk beralih ke teknik-teknik bebas merkuri? Langkah-langkah apa yang harus ditempuh agar keluarga mau beralih? Saran dan masukan mereka untuk kegiatan GOLD-ISMIA yang lebih baik ke depannya?

**Dikomentari [19]:** Silakan disesuaikan informasi temuannya per kelompok audience



**PERJANJIAN KERJA SAMA**  
**KIROYAN PARTNERS DAN PUSAT STUDI LINGKUNGAN DAN KEPENDUDUKAN (PSL-K) LPPM**  
**UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO**  
**UNTUK FASILITASI KEGIATAN KAMPANYE PENINGKATAN KESADARTAHUAN**  
**BAHAYA MERKURI DALAM PRAKTIK PENAMBANGAN EMAS SKALA KECIL (PESK) UNTUK**  
**KEPENTINGAN PROGRAM GOLD-ISMIA**

No. 389/PK/KP/XI/2020

Perjanjian Kerja Sama ini (disebut "**Perjanjian**") dibuat dan disepakati pada 4 November 2020, antara:

1. **PT Komunikasi Kinerja**

Perusahaan yang dikenal dengan nama **Kiroyan Partners** beralamat di Menara Karya, Lantai 10 Unit H, Jalan H. R. Rasuna Said, Blok X-5 Kav. 1-2, Jakarta Selatan 12950, Indonesia, dalam hal ini diwakili oleh Verlyana Virgousa Hitipeuw, dalam kedudukannya sebagai Direktur Utama, dengan demikian bertindak untuk dan atas nama Kiroyan Partners, selanjutnya dalam Perjanjian ini disebut **Pihak Pertama**; dan

2. **Pusat Studi Lingkungan dan Kependudukan (PSL-K) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Gorontalo**

Pusat Studi Lingkungan dan Kependudukan yang dikenal dengan nama **PSL-K LPPM Universitas Negeri Gorontalo** beralamat di Jalan Jenderal Sudirman, Wumialo, Kota Tengah, Kota Gorontalo, Gorontalo 96128, Indonesia, dalam hal ini diwakili oleh Dr. Fitryane Lihawa, M.Si, dalam kedudukannya sebagai Ketua Pusat Studi Lingkungan dan Kependudukan, bertindak untuk dan atas nama LPPM Universitas Negeri Gorontalo, selanjutnya dalam Perjanjian ini disebut **Pihak Kedua**.

Kiroyan Partners dan PSL-K LPPM Universitas Negeri Gorontalo selanjutnya secara bersama-sama disebut sebagai "**Para Pihak**", dan sendiri-sendiri selanjutnya disebut sebagai "**Pihak**".

**Pasal 1: MATERI PERJANJIAN**

Pihak Pertama dengan ini menunjuk Pihak Kedua untuk melakukan jasa **Fasilitasi Kegiatan Kampanye Peningkatan Kesadartahuan untuk kepentingan Program GOLD-ISMIA** (*Global Opportunities for Long-term Development Integrated Sound Management of Mercury in Indonesia's Artisanal and Small-scale Gold Mining*) sebagaimana termaktub pada Pasal 2 Perjanjian ini.

Pihak Kedua dengan ini menerima penunjukan dari Pihak Pertama untuk melakukan jasa pekerjaan Fasilitasi Kegiatan Kampanye Peningkatan Kesadartahuan untuk kepentingan Program GOLD-ISMIA.

**Pasal 2: OBYEK PERJANJIAN**

**Fasilitasi Kegiatan Kampanye Peningkatan Kesadartahuan Bahaya Merkuri dalam Praktik Penambangan Emas Skala Kecil (PESK) untuk kepentingan Program GOLD-ISMIA di Desa Hulawa, Kecamatan Sumalata Timur, Gorontalo Utara, Gorontalo.**

**Pasal 3: PERSETUJUAN TINGKAT LAYANAN**

1. Melakukan jasa Fasilitasi Kegiatan Kampanye Peningkatan Kesadartahuan di Desa Hulawa, Gorontalo Utara, Gorontalo, untuk kepentingan Program GOLD-ISMIA terhadap:
  - a. Pemangku kepentingan primer/komunitas PESK
  - b. Pemangku kepentingan sekunder.
2. Kerangka Acuan Kerja untuk rincian jasa ini adalah sebagaimana diuraikan dalam Lampiran 1.





#### Pasal 4: **HAK DAN KEWAJIBAN**

Dalam melaksanakan Fasilitasi Kegiatan Kampanye Peningkatan Kesadartahuan untuk kepentingan Program GOLD-ISMIA sebagaimana dimaksud pada Pasal 2 dan Pasal 3 Perjanjian ini, Pihak Pertama dan Pihak Kedua sepakat untuk menentukan hak dan kewajiban masing-masing sebagai berikut.

##### 1. **Hak Pihak Pertama:**

- a. Melakukan koordinasi dan pengawasan, serta menerima hasil pelaksanaan pekerjaan Pihak Kedua sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati kedua belah pihak.
- b. Memanfaatkan hasil pekerjaan ini untuk kepentingan Pihak Pertama dengan tidak melanggar Hak Cipta dari narasumber.

##### 2. **Kewajiban Pihak Pertama:**

- a. Melakukan pembayaran sebagaimana ditentukan dalam Pasal 5 Perjanjian ini.

##### 3. **Hak Pihak Kedua:**

- a. Mendapatkan pembayaran atas jasa pekerjaan Fasilitasi Kegiatan Kampanye Peningkatan Kesadartahuan untuk kepentingan Program GOLD-ISMIA yang termaktub pada Pasal 2 dan Pasal 3 Perjanjian ini sesuai ketentuan pembayaran yang ditentukan dalam Pasal 5 Perjanjian ini.

##### 4. **Kewajiban Pihak Kedua:**

- a. Melakukan jasa pekerjaan Fasilitasi Kegiatan Kampanye Peningkatan Kesadartahuan untuk kepentingan Program GOLD-ISMIA sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati Kedua Belah Pihak sebagaimana ditentukan dalam Pasal 2 dan 3 Perjanjian ini.
- b. Memberikan informasi segera kepada Pihak Pertama apabila terjadi kendala teknis sehingga terjadi keterlambatan pengiriman laporan.
- c. Menjaga kerahasiaan semua isi Perjanjian ini pada setiap saat, kecuali berdasarkan suatu persetujuan tertulis dari Kedua Belah Pihak atau terdapat kewajiban pengungkapan yang diwajibkan oleh pengadilan atau peraturan perundangan yang berlaku.

#### Pasal 5: **MASA PERJANJIAN KERJA SAMA**

1. Perjanjian kerja sama ini berlaku dalam jangka waktu 2 (dua) bulan terhitung sejak **4 November 2020 sampai dengan 4 Januari 2020**. Jangka waktu ini mencakup jangka waktu fasilitas dan pelaporan sebagaimana diuraikan dalam Lampiran 2, serta seluruh proses administrasi dalam pekerjaan ini.
2. Perjanjian ini dapat diperpanjang kembali berdasarkan kesepakatan Kedua Belah Pihak dengan persyaratan yang akan ditentukan kemudian.
3. Perjanjian ini hanya dapat diakhiri lebih awal ketika Jasa telah final dan diselesaikan oleh para Pihak.
4. Kecuali sebagaimana diatur di dalam Perjanjian ini, kewajiban kerahasiaan yang diatur dalam Perjanjian ini akan tetap berlaku dan mengikat sepenuhnya terlepas dari pengembalian atau pemusnahan Informasi Rahasia sebagaimana diatur dalam Pasal 7 Perjanjian ini untuk jangka waktu 1 (satu) tahun sejak tanggal Perjanjian ini. Para Pihak juga dapat mengakhiri Perjanjian ini dengan memberitahukan pemberitahuan dua minggu sebelumnya secara tertulis yang dapat berlaku tanpa diperlukannya putusan pengadilan dan, untuk tujuan tersebut, Para Pihak setuju untuk mengesampingkan ketentuan yang terkait dari Pasal 1266 Kitab Undang-undang Hukum Perdata.

#### Pasal 6: **BIAYA JASA DAN TERMIN PEMBAYARAN**

1. Total biaya Jasa sebagaimana tercantum dalam Pasal 2 dan Pasal 3 Perjanjian ini adalah **Rp39.999.100,00 (tiga puluh sembilan juta sembilan ratus sembilan puluh sembilan ribu seratus Rupiah)**.

2. Termin Pembayaran dibagi dalam 2 (dua) kali pembayaran, dengan rincian sebagai berikut:
  - a. Termin I – 50% setelah Pihak Kedua menyerahkan Rencana dan Jadwal Kerja dan disetujui oleh Pihak Pertama.
  - b. Termin II – 50% setelah Laporan Hasil Fasilitasi Kegiatan Kampanye Peningkatan Kesadartahuan untuk kepentingan Program GOLD-ISMIA disetujui oleh Pihak Pertama.

Rincian dan besaran masing-masing Termin diuraikan secara lebih lengkap dalam Lampiran 3.

3. Biaya jasa tersebut di atas bebas pajak, sesuai dengan Surat Keterangan Non-PKP dari Universitas Negeri Gorontalo Nomor: B/764/UN47.D1.4/PT.00/2020 tertanggal 3 November 2020 yang menyatakan bahwa PSL-K LPPM Universitas Negeri Gorontalo merupakan Bukan Pengusaha Kena Pajak.
4. Pembayaran kepada Pihak Kedua dilakukan bilamana kewajibannya telah dipenuhi kepada Pihak Pertama, jatuh tempo dalam 30 (tiga puluh) hari kerja (Senin-Jumat) sejak tagihan diterima. Pembayaran akan dilakukan oleh Pihak Pertama kepada Pihak Kedua dengan cara pemindahbukuan ke rekening berikut:

**Nama Bank** : PT Bank Negara Indonesia  
**No. Rekening (IDR)** : 0279631574  
**Atas Nama** : RPL 050 BLU Universitas Negeri Gorontalo

5. Pihak Kedua bertanggung jawab atas seluruh biaya tambahan atau biaya lain-lain yang ditimbulkan oleh dirinya atau setiap anggota timnya, di luar total biaya pekerjaan sebagaimana telah disepakati dan tercantum dalam Pasal 5 Ayat 1 di atas.

#### Pasal 7: PAJAK

Pihak Pertama dan Pihak Kedua tunduk terhadap undang-undang dan peraturan perpajakan yang berlaku di Indonesia.

#### Pasal 8: PROSEDUR STANDAR PELAKSANAAN JASA DAN KEGIATAN DALAM MASA PANDEMI COVID-19

Sehubungan dengan pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia sejak Maret 2020 dan masih berlangsung hingga waktu yang belum diketahui, Pihak Pertama menetapkan standar prosedur pelaksanaan jasa dan kegiatan oleh Pihak Kedua agar sepenuhnya mengacu pada:

1. Peraturan Gubernur Provinsi Gorontalo No. 15/2020 tentang Pedoman Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19) di Wilayah Provinsi Gorontalo;
2. Peraturan Gubernur Provinsi Gorontalo No. 18/2020 tentang Perubahan atas Peraturan Gubernur Gorontalo No. 15 /2020 tentang Pedoman Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19) di Wilayah Provinsi Gorontalo;
3. Peraturan Gubernur Provinsi Gorontalo No. 23/2020 tentang Pedoman Pendisiplinan Protokol Pencegahan dan Pengendalian *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19) Menuju Tatanan Normal BARU di Provinsi Gorontalo;
4. Peraturan Gubernur Provinsi Gorontalo No. 41/2020 tentang Penerapan Disiplin dan Penegakan Hukum Protokol Kesehatan sebagai Upaya Pencegahan dan Pengendalian *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19);
5. Surat Edaran Gubernur Provinsi Gorontalo No. 440/DIKES/367 tentang Himbauan Pengawasan pada Pintu Masuk Wilayah Provinsi Gorontalo Dalam Rangka Percepatan Pencegahan Penyebaran *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19);
6. Peraturan Bupati Kabupaten Gorontalo Utara No. 8/2020 tentang Pedoman Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19)



6. Peraturan Bupati Kabupaten Gorontalo Utara No. 8/2020 tentang Pedoman Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19) Kabupaten Gorontalo Utara; dan
7. Peraturan Bupati Kabupaten Gorontalo Utara No. 9/2020 tentang Perubahan atas Peraturan Bupati Gorontalo Utara No. 8/2020 tentang Pedoman Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19) Kabupaten Gorontalo Utara.

Secara umum, dalam pelaksanaan setiap kegiatannya Pihak Kedua wajib untuk memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Memastikan sudah ada persetujuan dari Komite atau Satuan Tugas Penanganan COVID-19 (atau satuan lainnya yang setara) di wilayah target kampanye untuk pelaksanaan kegiatan.
2. Memastikan seluruh dokumen administrasi yang diperlukan untuk pelaksanaan jasa telah tersedia, dan bila terjadi kendala agar sesegera mungkin menyampaikannya kepada Pihak Pertama;
3. Mewajibkan penggunaan masker dan pelindung wajah kepada seluruh anggota tim yang bertugas dalam pelaksanaan jasa ini;
4. Memastikan tersedianya sarana cuci tangan dengan sabun dan/atau cairan pembersih tangan (*hand sanitizer*) yang mudah diakses dan memenuhi standar kebersihan umum bagi seluruh anggota tim yang bertugas dalam pelaksanaan jasa ini dan peserta kegiatan;
5. Bila memungkinkan, melakukan upaya identifikasi dan pemantauan kesehatan (seperti pemeriksaan suhu tubuh) sebelum pelaksanaan kegiatan, bagi seluruh anggota tim yang bertugas dalam pelaksanaan jasa ini dan peserta kegiatan;
6. Menegakkan upaya pengaturan jaga jarak minimal 1 (satu) meter antar individu yang berada dalam satu ruangan atau area kegiatan dalam setiap pelaksanaan kegiatan dari awal hingga selesai.

#### Pasal 9: PRINSIPAL

Pihak Kedua menegaskan bahwa dirinya bertindak sebagai prinsipal atas namanya atau atas nama anggota lain dari timnya yang bertindak atas namanya.

#### Pasal 10: LARANGAN DAN SANKSI

1. Pihak Kedua dilarang mengalihkan, menjaminkan dan atau memindahtangankan hak pengelolaan Perjanjian ini kepada pihak lain, tanpa izin tertulis dari Pihak Pertama.
2. Apabila Pihak Kedua dalam melaksanakan jasa pekerjaan Fasilitasi Kegiatan Kampanye Peningkatan Kesadartahuan untuk kepentingan Program GOLD-ISMIA tidak memenuhi ketentuan sebagaimana yang telah disepakati/diperjanjikan dalam Perjanjian ini, maka Pihak Pertama berhak memberikan teguran secara tertulis sebanyak 3 (tiga) kali kepada Pihak Kedua dalam tenggang waktu 14 (empat belas) hari kalender.
3. Apabila setelah diberikan teguran sesuai yang termaktub pada Pasal 8 Ayat 2, ternyata Pihak Kedua tetap tidak melaksanakan ketentuan sebagaimana yang telah disepakati/diperjanjikan dalam Perjanjian ini, maka Pihak Pertama berhak membatalkan Perjanjian Kerja Sama ini secara sepihak.

#### Pasal 11: KEADAAN MEMAKSA (*FORCE MAJEURE*)

1. Yang termasuk ke dalam keadaan memaksa (*Force Majeure*) terbatas pada (hanya):
  - a. Bencana alam, seperti banjir, gempa bumi, kebakaran dan angin topan;
  - b. Keadaan perang;
  - c. Huru-hara;
  - d. Kebijakan Pemerintah dalam bidang keuangan (moneter) dan ekonomi yang secara langsung

mempengaruhi pelaksanaan perjanjian;

- e. Adanya kekerasan, penahanan aturan masyarakat, revolusi, kerusuhan sosial, wabah, kecelakaan, kebakaran, banjir, angin, ledakan, embargo, atau karena dengan alasan undang-undang, proklamasi, peraturan, atau ordonansi pemerintah, atau karena dengan alasan tindakan Illahi lain atau tindakan Pemerintah; atau sebab apa pun yang bersifat sama atau berbeda, yang sudah berlangsung atau akan terjadi di masa depan, yang berada di luar kekuasaan Kedua Belah Pihak yang menandatangani Perjanjian ini.
2. Jika terjadi keadaan *Force Majeure*, Kedua Belah Pihak akan dibebaskan dari kewajiban atas pelaksanaan Perjanjian ini;
  3. Apabila terjadi keadaan memaksa (*Force Majeure*) sebagaimana tersebut pada pasal ini, Pihak Kedua harus mengajukan secara tertulis kepada Pihak Pertama paling lambat 7 (tujuh) hari kalender setelah terjadi keadaan memaksa (*Force Majeure*) tersebut dengan melampirkan pernyataan tertulis dari pejabat yang berwenang untuk dapat dipertimbangkan oleh Pihak Pertama.

## Pasal 12: PENYELESAIAN PERSELISIHAN

1. Dalam hal timbulnya sengketa di antara Para Pihak sehubungan dengan Perjanjian ini ("Perselisihan"), Para Pihak akan berusaha untuk menyelesaikan masalah tersebut berdasarkan kesepakatan bersama. Jika masalah tersebut tidak dapat diselesaikan dalam waktu tiga puluh (30) hari sejak pemberitahuan tertulis mengenai adanya perselisihan diberikan oleh salah satu Pihak kepada Pihak lainnya, masalah tersebut akan diselesaikan melalui arbitrase oleh tiga (3) arbiter panel yang diadakan di Jakarta sesuai dengan Peraturan Arbitrase Badan Arbitrase Nasional Indonesia ("BANI").
2. Arbiter pertama akan ditunjuk oleh Penyedia. Arbiter kedua akan ditunjuk oleh Penerima. Arbiter ketiga, sebagai ketua arbiter, akan ditunjuk oleh Ketua BANI. Pemilihan dan penunjukan arbiter pertama dan kedua harus dilakukan dalam waktu tiga puluh (30) hari sejak diberikannya atau diterimanya permintaan untuk arbitrase. Para arbiter dipilih secara bebas dan Para Pihak tidak dibatasi oleh suatu daftar apapun dalam melakukan pemilihan tersebut. Jika arbiter pertama atau arbiter kedua tidak ditunjuk dalam waktu tiga puluh (30) hari tersebut, maka penunjukannya akan dilakukan oleh BANI. Setiap putusan adalah final dan mengikat bagi Para Pihak dan tidak dapat diajukan banding. Arbitrase akan dilaksanakan dalam bahasa Indonesia.
3. Masing-masing Pihak:
  - a. dengan ini melepaskan setiap hak yang dapat mereka miliki untuk mengajukan banding atau mencari pembebasan atas perintah atau putusan dari para arbiter dan setuju bahwa, sesuai dengan Pasal 60 Undang-undang No. 30/1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa ("UU Arbitrase"), dirinya tidak akan mengajukan banding kepada pengadilan mana pun terhadap perintah atau keputusan para arbiter yang tercantum di dalamnya;
  - b. mengesampingkan keberlakuan dari Pasal 48 UU Arbitrase dan menyetujui bahwa arbitrase tidak perlu diselesaikan dalam suatu jangka waktu tertentu;
  - c. mengesampingkan keberlakuan Pasal 73 ayat (b) UU Arbitrase dan menyetujui bahwa mandat para arbiter yang diberikan sesuai dengan ketentuan Perjanjian ini tetap berlaku hingga suatu keputusan arbitrase yang final dikeluarkan oleh para arbiter panel.

## Pasal 13: PERUBAHAN

Tidak ada perubahan dari Perjanjian ini dapat berlaku efektif kecuali dibuat secara tertulis dan ditandatangani oleh atau atas nama masing-masing Pihak.

## Pasal 14: PEMBERITAHUAN

1. Setiap pemberitahuan, klaim atau gugatan sehubungan dengan Perjanjian ini wajib diberikan secara



tertulis melalui surat tercatat maupun elektronik kepada Pihak yang bersangkutan pada alamat yang dinyatakan di bawah ini (atau pada alamat lain sebagaimana telah diberitahukan sebelumnya kepada Pihak lainnya).

Kepada: **PT Komunikasi Kinerja (Kiroyan Partners)**

Alamat: Menara Karya Lantai 10 Unit H  
Jl. H.R. Rasuna Said Blok X-5 Kav. 1-2 Jakarta 12950, Indonesia

UP: **Margareth Olivia** ([margareth.olivia@kiroyan-partners.com](mailto:margareth.olivia@kiroyan-partners.com)) dan  
**Beringin Kusuma** ([beringin.kusuma@kiroyan-partners.com](mailto:beringin.kusuma@kiroyan-partners.com))

2. Setiap pemberitahuan yang dikirimkan melalui surat elektronik dianggap telah diterima pada 24 (dua puluh empat) jam setelah pengiriman, dengan ketentuan bahwa dalam hal pengiriman secara langsung terjadi setelah pukul 5 sore pada hari yang bukan hari Sabtu, Minggu atau hari libur nasional di Republik Indonesia ("Hari Kerja") atau pada hari yang bukan merupakan Hari Kerja, penerimaan dianggap terjadi pada pukul 9 pagi pada Hari Kerja berikutnya.

#### Pasal 15: **KETENTUAN PENUTUP**

1. Terhadap Perjanjian ini berlaku hukum Negara Republik Indonesia.
2. Segala sesuatu yang diubah atau belum cukup diatur dalam Perjanjian ini akan diatur lebih lanjut oleh Kedua Pihak dalam suatu perjanjian perubahan (Amandemen) atau perjanjian tambahan (Addendum) secara tertulis yang ditandatangani oleh Kedua Pihak yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Perjanjian ini.
3. Apabila satu ketentuan atau lebih dari Perjanjian ini menjadi batal, tidak sah atau tidak dapat diberlakukan dalam setiap hal, maka ketentuan-ketentuan lainnya yang tercantum dalam Perjanjian ini tidak akan terkena atau dikurangi sama sekali dan untuk itu Kedua Pihak harus segera mengubah Perjanjian ini untuk memperbaiki keadaan batal, tidak sah dan tidak diberlakukan tersebut dengan cara yang sah dan benar, serta dapat diberlakukan menurut hukum untuk memungkinkan mengusahakan terlaksananya tujuan yang dimaksud oleh ketentuan yang batal, tidak sah dan tidak dapat diberlakukan tersebut.

Demikian Perjanjian ini dibuat dan ditandatangani bersama oleh Kedua Pihak pada hari dan tanggal tersebut di atas dalam rangkap 2 (dua) bermeterai cukup dan oleh karenanya sah serta mempunyai kekuatan hukum yang sama.

**Pihak Pertama**  
**PT KOMUNIKASI KINERJA**



**Verlyana Virgousa Hitipeuw**  
Direktur Utama

**Pihak Kedua**  
**PSL-K LPPM Universitas Negeri Gorontalo**

**Dr. Fitriyane Lihawa, M.Si**  
Ketua Pusat Studi Lingkungan dan  
Kependudukan

## **FASILITASI KEGIATAN KAMPANYE PENINGKATAN KESADARTAHUAN BAHAYA MERKURI DALAM PRAKTIK PENAMBANGAN EMAS SKALA KECIL (PESK)**

**GLOBAL OPPORTUNITIES FOR LONG-TERM DEVELOPMENT INTEGRATED SOUND MANAGEMENT OF MERCURY IN INDONESIA'S ARTISANAL AND SMALL SCALE GOLD MINING (GOLD-ISMIA)**

**KERJASAMA KIROYAN PARTNERS DENGAN LPPM UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO**

### **LATAR BELAKANG**

Praktik Penambangan Emas Skala Kecil (PESK) melepaskan sekitar 60% dari total merkuri yang dilepas ke lingkungan di Indonesia setiap tahunnya (Bisnis.com, 2019). Padahal, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 21/2019 tentang Rencana Aksi Nasional Pengurangan dan Penghapusan Merkuri, merkuri merupakan zat berbahaya yang produksi, peredaran, maupun penggunaannya, sudah dilarang untuk seluruh industri, termasuk dalam penambangan emas rakyat atau PESK. GOLD-ISMIA hadir sebagai program yang bertujuan untuk membantu pengurangan penggunaan merkuri di sektor PESK melalui pengenalan dan promosi praktik-praktik terbaik pengolahan emas. Mengingat kompleksitas isu dalam mengubah kebiasaan pertambangan yang sudah bertahun-tahun terbiasa menggunakan merkuri dalam pengolahan emas, maka pendekatan multi-sektor dilakukan dalam program ini, yakni: sisi pendanaan/akses terhadap permodalan; regulasi yang mendorong pengurangan merkuri; teknologi; serta kampanye untuk meningkatkan kesadaran tentang bahaya merkuri serta alternatif-alternatif yang bisa dilakukan. Kiroyan Partners (KP) bekerja sama dengan para pemangku kepentingan dari sektor lainnya dalam program ini, berperan sebagai perancang serta eksekutor kampanye peningkatan kesadaran yang akan dilakukan.

Salah satu aspek terpenting demi kesuksesan pengurangan merkuri di sektor PESK adalah dengan meningkatkan kesadaran (*awareness*) di kalangan pemangku kepentingan PESK, antara lain pekerja tambang, pihak keluarga penambang, aparat desa, dan para pemilik modal. Oleh karena itu, kegiatan ini dirancang sebagai kampanye kepada para pemangku kepentingan yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam praktik PESK di lokasi yang telah ditentukan. Tujuan dari kegiatan kampanye sendiri ini adalah agar para pemangku kepentingan di sektor PESK tahu dan sadar mengenai bahaya dari penggunaan merkuri bagi kesehatan dan lingkungan, serta kerugian-kerugian ekonomi yang ditimbulkan dari praktik penggunaannya. Peningkatan kesadaran ini juga bertujuan agar para pemangku kepentingan tertarik berinvestasi atau mau beralih menggunakan teknik-teknik pengolahan emas yang lebih bersih, sehat, dan menguntungkan.

Untuk mencapai tujuan tersebut, KP menjalin kerja sama dengan lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat (LPPM) dari perguruan-perguruan tinggi kredibel yang memiliki pengalaman serta keahlian dalam menyelenggarakan kampanye yang telah dirancang. Hal ini didukung pula dengan kedekatan budaya dari tenaga-tenaga pendidikan universitas yang diyakini mampu menyampaikan pesan-pesan kampanye secara lebih optimal dan kontekstual dengan gaya, cara, dan bahasa komunitas PESK.

### **PERAN LPPM UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO**

- KP telah merancang modul pelatihan serta metode kampanye untuk peningkatan kesadaran masyarakat yang terlibat dalam aktivitas PESK. Modul serta metode tersebut telah dipresentasikan, disepakati oleh seluruh pemangku kepentingan terkait dalam GOLD-ISMIA ini, dan diimplementasikan di beberapa lokasi GOLD-ISMIA pada medio Februari-Maret 2020.
- Pandemi COVID-19 telah membatasi kemungkinan kelanjutan pelaksanaan kampanye secara normal langsung ke lokasi-lokasi PESK, bukan hanya karena adanya pembatasan melalui protokol



kesehatan yang diterapkan pemerintah, tapi juga adanya potensi *mental block* atau resistensi mental dari warga setempat terhadap pendatang yang berasal dari luar wilayah mereka.

- Komunikasi dengan cara tepat menjadi salah satu aspek terpenting demi kesuksesan kampanye ini. Tim fasilitator lokal, yang memiliki pengetahuan budaya dan kemampuan berbahasa yang sesuai dengan target audiens, diharapkan mampu berperan sebagai penyambung lidah yang lebih efektif untuk membangun kesadaran masyarakat terkait bahaya merkuri sesuai dengan modul dan rancangan pesan kunci yang telah dirancang.
- Tim fasilitator lokal juga diharapkan dapat memberikan nilai tambah pada kegiatan kampanye di desa/lokasi yang ditentukan, dengan memanfaatkan pengalaman melakukan penelitian terkait bahaya merkuri dalam PESK maupun kegiatan-kegiatan kampanye sosial serupa sebelumnya.

### **RUANG LINGKUP PEKERJAAN**

- Mengikuti seluruh kegiatan persiapan dan pelatihan kampanye lapangan yang diselenggarakan oleh KP.
- Melakukan kegiatan kampanye peningkatan kesadaran bahaya merkuri dalam praktik Penambangan Emas Skala Kecil (PESK) di desa/lokasi yang ditentukan, termasuk di dalamnya namun tidak terbatas pada:
  1. Menerima dan mendistribusikan seluruh materi cetak maupun digital yang dikirimkan oleh Kiroyan Partners kepada audiens yang menjadi sasaran.
  2. Menyampaikan pesan-pesan kunci dan informasi sesuai dengan *talking points* yang diberikan serta pelatihan yang diselenggarakan.
  3. Mempresentasikan informasi serta memfasilitasi diskusi dengan target audiens terkait bahaya penggunaan merkuri di PESK.
  4. Memastikan seluruh peserta mengisi lembar *pre-/post-test* sesuai *template* yang telah disiapkan.
  5. Mengidentifikasi partisipan-partisipan kategori perintis (*innovator*) yang berpotensi menjadi *opinion leader*.
  6. Membuat laporan kegiatan harian sesuai dengan *template* yang telah disiapkan, termasuk daftar hadir yang ditandatangani oleh peserta.
  7. Membuat laporan kegiatan lapangan sesuai dengan *template* dan prosedur di akhir rangkaian kampanye.
  8. Merevisi laporan kegiatan lapangan sesuai dengan catatan dan masukan dari tim Kiroyan Partners.

### **RENCANA KERJA DAN LUARAN**

- Tim LPPM Universitas Negeri Gorontalo akan mengkampanyekan bahaya dan dampak penggunaan merkuri dalam PESK kepada minimum 200 (dua ratus) partisipan atau peserta di desa atau lokasi tambang tujuan yang telah ditentukan.
- Kampanye dilakukan selama maksimum 5 (lima) hari disertai pengiriman laporan harian di setiap akhir hari kegiatan, dan 2 (dua) hari pengerjaan laporan kegiatan.

### **TARGET KEGIATAN**

- 200 partisipan/peserta
- Maksimum lima (5) hari kampanye
- Dua (2) hari pengerjaan laporan pelaksanaan kegiatan

### **TARGET AUDIENS**

### PEMANGKU KEPENTINGAN PRIMER/KOMUNITAS PESK

- Pemilik modal & tokoh PESK setempat (pemilik lubang, pemilik mesin, pengepul emas tingkat I, ketua koperasi, dsb.).
- Pekerja tambang (antara lain: operator mesin pengolahan, ketua-ketua grup/kelompok tambang, pengawas tambang).
- Kelompok perempuan (perempuan yang terlibat langsung dalam aktivitas pertambangan, koperasi perempuan, istri dari para penambang, dsb) dan anak-anak usia sekolah (anggota keluarga dari penambang dan/atau tinggal di sekitar lokasi penambangan atau pengolahan emas, siswa/i sekolah yang mencari sampingan dari kegiatan menambang, dsb).
- Tokoh masyarakat/adat/agama setempat.

### PEMANGKU KEPENTINGAN SEKUNDER

- Aparatur atau pemerintah desa
- Penyedia jasa kesehatan dan/atau kesehatan di desa tujuan/area sekitar tambang (guru, bidan, perawat/pegawai Puskesmas, kepala sekolah, dsb)
- Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten tujuan

### LUARAN

- Rencana kerja dan jadwal kegiatan di masing-masing target lokasi kampanye, sebelum pekerjaan/kegiatan kampanye dimulai.
- Laporan kegiatan harian, dikirim setiap hari setelah kegiatan selesai.
- Laporan pelaksanaan kegiatan, dikirim pada saat telah mencapai target 200 partisipasi/peserta.

### FASILITATOR LAPANGAN

- 3 s/d 5 orang
- Gabungan laki-laki dan perempuan
- 1 orang penanggung jawab kegiatan yang termasuk dalam tim kampanye
- Dosen/peneliti/asisten peneliti, usia maks. 40 tahun
- Memiliki gawai yang tersambung dengan internet
- Diutamakan yang memiliki pengalaman melakukan penelitian/kegiatan/kampanye pemasaran sosial (*social marketing campaign*) terkait PESK
- Bersedia mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh KP

### RENCANA KERJA

- Minggu 1 : pengurusan administrasi, penandatanganan kontrak, seleksi CV tim fasilitator.
- Minggu 2: pelatihan tim fasilitator lapangan, pengiriman logistik dan material kampanye.
- Minggu 3: pelaksanaan kegiatan kampanye peningkatan kesadaran, penulisan laporan kegiatan.
- Minggu 4: ulasan dan pengiriman laporan kegiatan yang telah direvisi, evaluasi kegiatan dan hasil *pre-/post-test*.

Versi final Kerangka Acuan Kerja ini berikut penyesuaian-penyesuaiannya secara lebih lengkap diuraikan dalam Rencana dan Jadwal Kerja yang diajukan Pihak Kedua dan disetujui oleh Pihak Pertama.

### LAMPIRAN 2 – KERANGKA WAKTU KERJA

| KEGIATAN   | SEPTEMBER |   |   |   | OKTOBER |   |   |   |   | NOVEMBER |   |   |   | DESEMBER |   |   |   |
|--|-----------|---|---|---|---------|---|---|---|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|
|  | 1         | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 | 5 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 |
| Perancangan TOR dan materi pelatihan fasilitator | ■         | ■ | ■ |   |         |   |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |

| KEGIATAN   | SEPTEMBER |   |   |   | OKTOBER |   |   |   |   | NOVEMBER |   |   |   | DESEMBER |   |   |   |
|--|-----------|---|---|---|---------|---|---|---|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|
|  | 1         | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 | 5 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 |
| Perancangan agenda kegiatan  |           |   |   | ■ | ■       | ■ |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |
| Engagement dengan LPPM PSLK UNG  |           | ■ | ■ | ■ | ■       | ■ | ■ | ■ | ■ | ■        |   |   |   |          |   |   |   |
| Pengiriman materi cetak ke Gorontalo Utara                                 |           |   |   |   |         |   |   |   |   | ■        | ■ |   |   |          |   |   |   |
| Perancangan agenda kegiatan  |           |   |   |   |         |   |   |   |   | ■        | ■ |   |   |          |   |   |   |
| Pelaksanaan pelatihan fasilitator LPPM UNG                                 |           |   |   |   |         |   |   |   |   |          | ■ |   |   |          |   |   |   |
| Administrasi, persiapan dokumen/ surat-menyurat dengan DLH Kabupaten       |           |   |   |   |         |   |   |   |   | ■        | ■ |   |   |          |   |   |   |
| Pelaksanaan kegiatan di Gorontalo Utara                                    |           |   |   |   |         |   |   |   |   |          | ■ | ■ | ■ |          |   |   |   |
| Evaluasi dan pengolahan hasil <i>post-test</i> kegiatan di Gorontalo Utara |           |   |   |   |         |   |   |   |   |          |   | ■ | ■ | ■        |   |   |   |
| Laporan Kegiatan di Gorontalo Utara  |           |   |   |   |         |   |   |   |   |          |   |   | ■ | ■        |   |   |   |

Versi final Kerangka Waktu Kerja ini berikut penyesuaian-penylesaiannya secara lebih lengkap diuraikan dalam Rencana dan Jadwal Kerja yang diajukan Pihak Kedua dan disetujui oleh Pihak Pertama.



### LAMPIRAN 3 – RINCIAN BIAYA PEKERJAAN DAN TERMIN PEMBAYARAN

#### BIAYA PEKERJAAN

Total biaya pekerjaan sebagaimana tercantum dalam Pasal 6 Perjanjian ini adalah **Rp39.999.100,00 (tiga puluh sembilan juta sembilan ratus sembilan puluh sembilan ribu seratus Rupiah).**

#### TERMIN PEMBAYARAN

Termin pembayaran kedua pekerjaan di atas dibagi dalam 2 (dua) kali pembayaran, dengan rincian sebagai berikut:

| DESKRIPSI         | TERMIN 1 (50%)  | TERMIN 2 (50%)   |
|-------------------|---|--|
| Termin            | Rp 19.999.550,00  | Rp 19.999.550,00   |
| PPN 10%           | Rp 0  | Rp 0   |
| <b>Sub Total</b>  | <b>Rp 19.999.550,00</b>   | <b>Rp 19.999.550,00</b>  |
| <b>KETERANGAN</b> | Setelah penyerahan dan persetujuan Rencana dan Jadwal Kerja<br>Luaran:<br>• <b>Rencana dan Jadwal Kerja/Kegiatan Fasilitas Kampanye di Desa Hulawa, Gorontalo Utara, Gorontalo.</b> | Setelah penyerahan dan persetujuan atas Laporan Hasil Fasilitas Kegiatan Kampanye Peningkatan Kesadartahuan untuk kepentingan Program GOLD-ISMIA<br>Luaran:<br>• <b>Laporan Hasil Fasilitas Kegiatan Kampanye Peningkatan Kesadartahuan di Desa Hulawa, Gorontalo Utara, Gorontalo untuk kepentingan Program GOLD-ISMIA dalam format Microsoft Word atau PowerPoint.</b> |





**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**  
**UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO**

Jalan Jenderal Sudirman, Nomor 6, Kota Gorontalo

Telepon (0435) 821125, Faksimile (0435) 821752

Laman: [www.ung.ac.id](http://www.ung.ac.id)

---

**KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO**  
**NOMOR 1148/UN47/HK.02/2020**

**TENTANG**

**TIM FASILITATOR KEGIATAN KAMPANYE PENINGKATAN KESADARTAHUAN  
BAHAYA MERKURI UNTUK KEPENTINGAN PROGRAM GOLD-ISMIA KERJA  
SAMA PT. KOMUNIKASI KINERJA DENGAN PUSAT STUDI LINGKUNGAN  
DAN KEPENDUDUKAN UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO**

**REKTOR UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO,**

Menimbang : a. bahwa dalam rangka kelancaran pelaksanaan kegiatan kampanye peningkatan kesadartahuan bahaya merkuri untuk kepentingan program GOLD-ISMIA kerja sama PT. Komunikasi Kinerja dengan Pusat Studi Lingkungan dan Kependudukan Universitas Negeri Gorontalo, maka perlu menetapkan tim fasilitator kegiatan kampanye;

b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu menerbitkan Keputusan Rektor Universitas Negeri Gorontalo tentang Tim Fasilitator Kegiatan Kampanye Peningkatan Kesadartahuan Bahaya Merkuri Untuk Kepentingan Program GOLD-ISMIA Kerja Sama PT. Komunikasi Kinerja Dengan Pusat Studi Lingkungan dan Kependudukan Universitas Negeri Gorontalo;

Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Tambahkan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4301);

2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 157, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4586);

3. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 140, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5059);

4. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5336);



5. Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2020 tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batu Bara (Lembaran Negara Nomor 147 Tahun 2020, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6525);
6. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 tentang Dosen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 76, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5007);
7. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5500);
8. Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 11 tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Negeri Gorontalo (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 605);
9. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 82 Tahun 2017 tentang Statuta Universitas Negeri Gorontalo (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 1919);
10. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 47);
11. Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 45 Tahun 2005 tentang Pedoman Penyusunan Laporan Pelaksanaan Rencana Pengelolaan Lingkungan Hidup (RKL) dan Rencana Pemantauan Lingkungan Hidup (RPL);
12. Keputusan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 32029/M/KP/2019 tentang Pengangkatan Rektor Universitas Negeri Gorontalo Periode Tahun 2019-2023;
13. Surat Perjanjian Kerja Sama antara Kiroyan Partners dan Pusat Studi Lingkungan dan Kependudukan LPPM UNG Nomor 389/PK/KP/XI/2020 tanggal 4 November Tahun 2020.

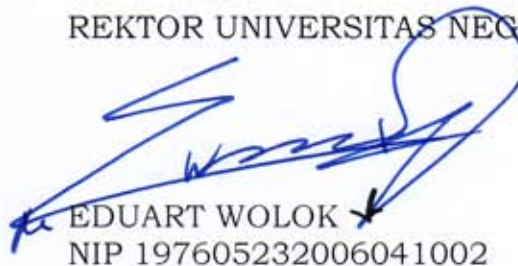
MEMUTUSKAN:

- Menetapkan : KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO TENTANG TIM FASILITATOR KEGIATAN KAMPANYE PENINGKATAN KESADARTAHUAN BAHAYA MERKURI UNTUK KEPENTINGAN PROGRAM GOLD-ISMIA KERJA SAMA PT. KOMUNIKASI KINERJA DENGAN PUSAT STUDI LINGKUNGAN DAN KEPENDUDUKAN UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO.
- KESATU : Menetapkan nama-nama tim fasilitator kegiatan kampanye peningkatan kesadartahuan bahaya merkuri untuk kepentingan program GOLD-ISMIA, sebagaimana tercantum dalam lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Keputusan Rektor ini;

- KEDUA : Tugas dan tanggung jawab tim, antara lain:
- a. melaksanakan fasilitasi kegiatan kampanye peningkatan kesadaran bahaya merkuri dalam praktik Penambangan Emas Skala Kecil (PESK) untuk kepentingan Program GOLD-ISMIA di Desa Hulawa, Kecamatan Sumalata Timur, Gorontalo Utara, Gorontalo;
  - b. memasukan laporan hasil kegiatan dengan batas waktu selambat-lambatnya tanggal 4 Januari 2020.
- KETIGA : Biaya yang timbul sehubungan dengan surat keputusan ini dibebankan sepenuhnya pada biaya hibah kerja sama PT. Komunikasi Kinerja;
- KEEMPAT : Keputusan Rektor ini berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Gorontalo  
pada tanggal 5 November 2020

REKTOR UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO,



EDUART WOLOK  
NIP 197605232006041002



LAMPIRAN

KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO

NOMOR 1148 /UN47/HK.02/2020

TANGGAL 5 NOVEMBER 2020

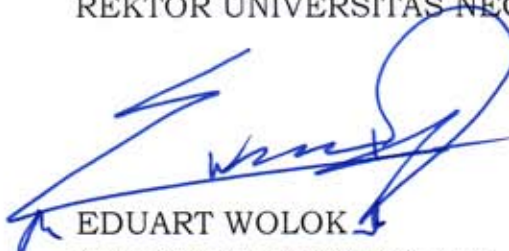
TENTANG

TIM FASILITATOR KEGIATAN KAMPANYE PENINGKATAN KESADARTAHUAN BAHAYA MERKURI UNTUK KEPENTINGAN PROGRAM GOLD-ISMIA KERJA SAMA PT. KOMUNIKASI KINERJA DENGAN PUSAT STUDI LINGKUNGAN DAN KEPENDUDUKAN UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO

SUSUNAN TIM FASILITATOR KEGIATAN KAMPANYE PENINGKATAN KESADARTAHUAN BAHAYA MERKURI UNTUK KEPENTINGAN PROGRAM GOLD-ISMIA

- I. Pengarah : 1. Dr. Eduart Wolok, ST.,MT (Rektor)  
2. Prof. Dr. Phil. Ikhfan Haris, M.Sc (Wakil Rektor IV)  
3. Prof. Dr. Ishak Isa, M.Si (Ketua LPPM)  
4. Lanto Ningrayati Amali, S.Kom.,M.Kom.,Ph.D (Sek. LPPM)
- II. Koordinator : Dr. Fitriyane Lihawa, M.Si (Kepala PSL-K)
- III. Tim Fasilitator : 1. Dr. Eng Sri Maryati, S.Si (Ahli Lingkungan)  
2. Muh. Kasim, ST.,MT (Ahli Geologi)  
3. Syahrizal Koem, S.Pd.,M.Si (Ahli Klimatologi)  
4. Noviar Akase, ST.,M.Si (Ahli Geologi)  
5. Ahmad Syamsul Rizal, S.Pd.,M.Pd (Ahli Geografi)
- IV. Tenaga Administrasi : 1. Febriyani Tue, S.Pd  
2. Moh. Kamal Salote, S.Pd
- V. Tenaga Teknisi Lapangan: 1. Indri Hamzah (Mahasiswa)  
2. Novia Ayu Lestari (Mahasiswa)  
3. Mahrifat Ismail (Mahasiswa)  
4. Syahrhan Tangahu Taim (Mahasiswa)  
5. Wandu (Mahasiswa)

REKTOR UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO,



EDUART WOLOK  
NIP 197605232006041002