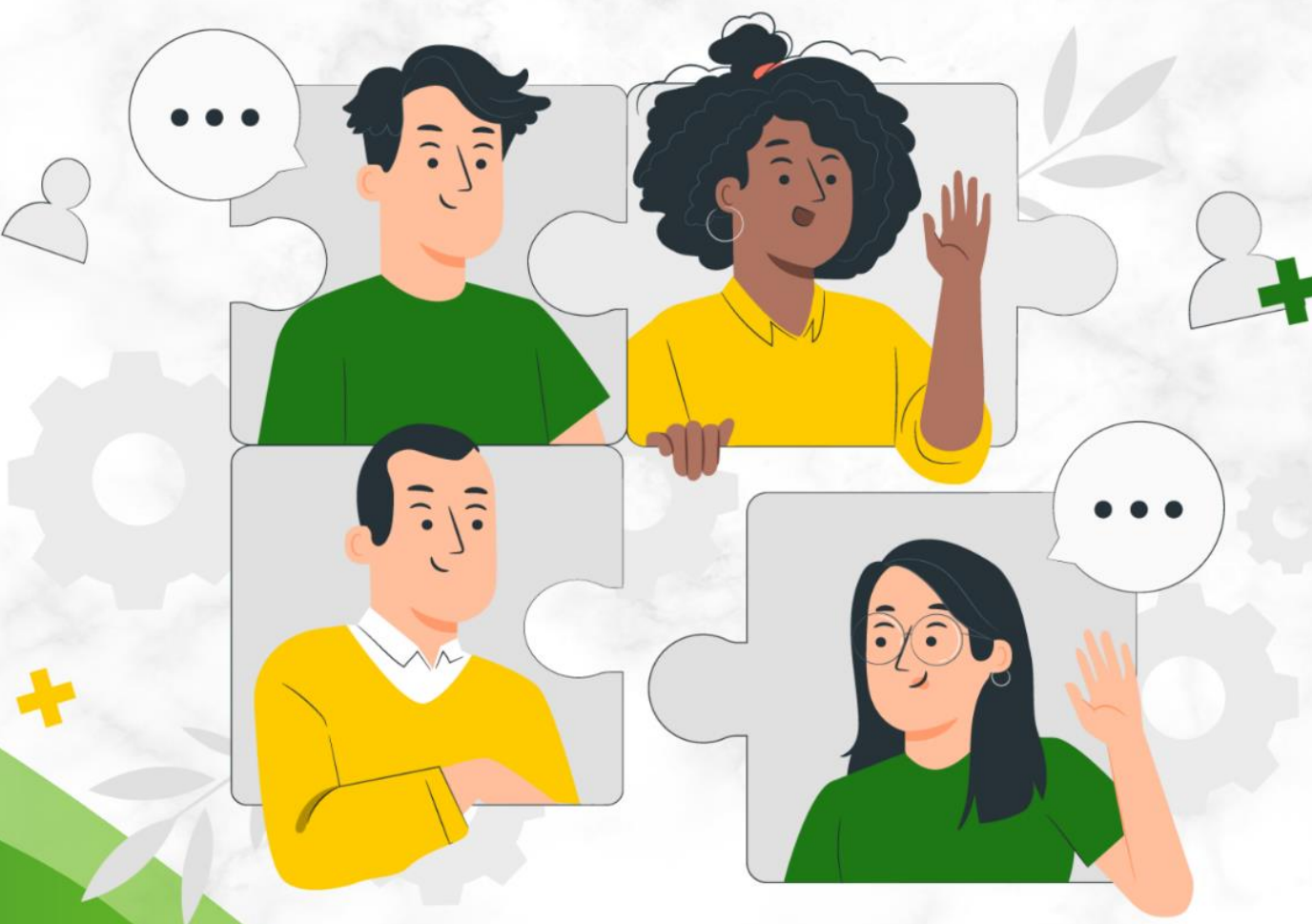


PANDUAN

**KOMUNIKASI, INFORMASI DAN EDUKASI (KIE)
KEAMANAN, MUTU, GIZI, LABEL DAN
IKLAN PANGAN SEGAR**





**Keamanan Pangan,
Tanggung jawab
bersama**



SAMBUTAN



Penjaminan keamanan pangan merupakan tanggung jawab semua pihak dari hulu hingga hilir, dari lahan pertanian hingga sesaat sebelum dikonsumsi oleh konsumen. Setiap pihak, sesuai dengan fungsinya menjalankan peran masing-masing baik dalam hal penetapan regulasi, inspeksi, kepatuhan terhadap regulasi maupun penerapan cara-cara yang baik untuk memproduksi bahan pangan dan makanan siap konsumsi.

Penyebarluasan informasi sebagaimana pemberdayaan masyarakat, baik dalam bentuk edukasi, sosialisasi, promosi, maupun cara – cara lain yang efektif untuk menginternalisasikan pola hidup, gaya hidup, dan kebiasaan dalam penyediaan pangan yang aman merupakan salah satu bentuk penjaminan keamanan pangan (*food safety culture*) yang dapat dilakukan oleh stakeholder.

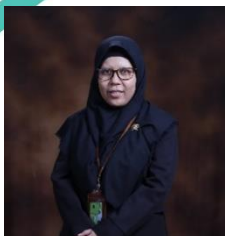
Penyebarluasan informasi dalam bentuk Komunikasi, Informasi dan Edukasi (KIE) memerlukan sumber informasi yang absah dan kredibel serta media yang efektif, sehingga pesan yang disampaikan dapat memberikan hasil dan manfaat termasuk perubahan perilaku sesuai dengan yang diharapkan.

Dalam melaksanakan KIE yang efektif dan efisien diperlukan suatu panduan sebagai rujukan bagi pemangku kepentingan terkait keamanan pangan. Oleh karena itu, kami menyambut baik terbitnya Panduan KIE Keamanan, Mutu, Gizi, Label dan Iklan Pangan Segar ini. Kami sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang berkontribusi dalam penyusunan panduan ini. Semoga panduan ini bermanfaat bagi pengawas pangan segar, pelaku usaha, serta pemangku kepentingan, termasuk bagi masyarakat luas.

Jakarta, April 2024
Deputi Bidang Penganekaragaman
Konsumsi dan Keamanan Pangan,

Andriko Noto Susanto

KATA PENGANTAR



Setiap orang sesuai dengan perannya memiliki tanggung jawab menjamin keamanan pangan disepanjang rantai pangan dari produksi hingga siap dikonsumsi oleh konsumen (from farm to table). Jaminan keamanan pangan tersebut berupa penyediaan regulasi oleh pemerintah, pemenuhan good practices atau cara yang baik oleh konsumen dan produsen, pelaksanaan inspeksi oleh pengawas, serta pelaksanaan komunikasi, informasi, dan edukasi (KIE) oleh semua pihak yang terlibat pada rantai pangan.

KIE merupakan salah satu sarana untuk menginternalisasikan keamanan pangan kepada stakeholder, dalam hal ini petugas, pelaku usaha dan masyarakat. KIE dilaksanakan melalui berbagai macam metode, menggunakan beraneka ragam media disesuaikan dengan tujuan dan target sasaran KIE. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan KIE yang baik, sehingga pelaksanaan KIE dapat berjalan secara efektif dan efisien, untuk membangun landasan kesadaran stakeholder terhadap prinsip-prinsip keamanan pangan.

Dalam rangka pelaksanaan KIE di Bidang Keamanan Pangan Segar, Badan Pangan Nasional telah menyiapkan panduan yang dapat digunakan sebagai acuan dalam perencanaan dan pelaksanaan KIE di daerah. Panduan tersebut mencakup konsepsi KIE, langkah – langkah perencanan dan pelaksanaan, dan disertai dengan contoh – contoh KIE yang dapat dikembangkan oleh pelaksana KIE.

Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang berkontribusi dalam penyusunan panduan ini. Semoga panduan ini bermanfaat bagi penyelenggaraan KIE untuk menjamin keamanan pangan segar di Indonesia.

Jakarta, April 2024
Direktur Perumusan Standar
Keamanan dan Mutu Pangan,

Yusra Egayanti

DAFTAR ISI

SAMBUTAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan	2
BAB II KONSEP KOMUNIKASI, INFORMASI DAN EDUKASI	3
2.1. Definisi KIE	3
2.2. Komponen KIE	4
2.3. Gaya Penyampaian Pesan KIE	7
BAB III PERENCANAAN KEGIATAN KIE KEAMANAN, MUTU, GIZI, LABEL DAN IKLAN PANGAN SEGAR	9
BAB IV PELAKSANAAN KEGIATAN KIE KEAMANAN, MUTU, GIZI, LABEL DAN IKLAN PANGAN SEGAR	18
4.1. Pelaksanaan	18
4.2. Koordinasi	22
BAB V MONITORING, EVALUASI DAN PELAPORAN	23
5.1. Monitoring dan Evaluasi	23
5.2. Pelaporan	24
BAB VI PENUTUP	25

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Undang-undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan mengamanatkan pemerintah untuk menjamin kecukupan pangan, baik jumlah maupun mutunya, aman, beragam, bergizi, merata, dan terjangkau serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat, untuk dapat hidup sehat, aktif, dan produktif secara berkelanjutan. Lebih lanjut dalam Undang-Undang tersebut juga dinyatakan bahwa penyelenggaraan pangan harus memenuhi persyaratan keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang pangan serta makin maju dan terbukanya perdagangan regional dan internasional akan membawa dampak pada semakin beragamnya jenis pangan yang beredar dalam masyarakat. Namun demikian, pangan yang diproduksi dan diedarkan melalui rantai pasok yang panjang sebelum sampai ke konsumen juga berpotensi tercemar residu atau cemaran, yang dapat berdampak bagi kesehatan konsumen.

Mengingat bahwa penjaminan keamanan pangan merupakan tanggung jawab semua pihak, termasuk produsen, konsumen, dan pemerintah, setiap pihak harus memastikan bahwa pangan yang disediakan aman pada seluruh tahapan produksi pangan. Pemerintah sebagai regulator berperan dalam menyediakan acuan dalam pelaksanaan penjaminan keamanan pangan, dalam bentuk regulasi, standar, panduan maupun pedoman teknis lainnya. Pemerintah juga melaksanakan pengawasan untuk memastikan bahwa regulasi/aturan telah dipenuhi, sehingga pangan yang beredar di masyarakat aman untuk dikonsumsi. Selain regulasi dan pengawasan, pemerintah juga melakukan Komunikasi, Informasi dan Edukasi (KIE) Keamanan Pangan, tidak hanya untuk mengomunikasikan risiko terkait keamanan pangan dan

informasi yang benar dan tidak menyesatkan tetapi juga untuk meningkatkan *awareness*/kesadaran masyarakat akan pentingnya keamanan pangan, sehingga mampu menerapkan prinsip-prinsip keamanan pangan.

Dalam hal ini, KIE digunakan sebagai media untuk penyampaian informasi dan edukasi kepada seluruh stakeholder yang terlibat dalam penyediaan pangan termasuk pengawas, pelaku usaha, serta masyarakat sebagai konsumen. Selain mempertimbangkan penggunaan media yang efektif, isi materi atau informasi yang valid dan kredibel, pelaksanaan KIE juga harus mempertimbangkan sasaran yang ingin dituju, sehingga KIE dapat berjalan secara efektif dan efisien serta memberikan manfaat dan dampak seperti yang diharapkan. Untuk itu diperlukan acuan bagi perencanaan dan pelaksanaan KIE di bidang keamanan pangan, yang dapat dijadikan rujukan bagi pihak – pihak terkait di bidang keamanan pangan.

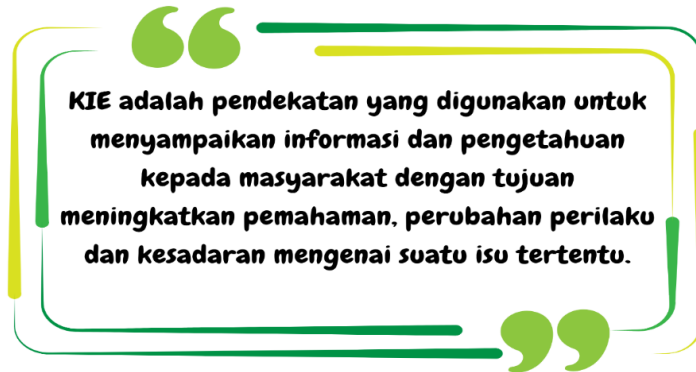
1.2. Tujuan

KIE keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan segar dilaksanakan untuk memberikan informasi dan edukasi terkait keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan kepada stakeholder terkait, termasuk aparat, pelaku usaha dan masyarakat. Oleh karena itu, panduan KIE ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi aparat pusat dan daerah yang melaksanakan Komunikasi, Informasi dan Edukasi (KIE) keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan segar.

BAB II

KONSEP KOMUNIKASI, INFORMASI DAN EDUKASI

2.1. Definisi KIE



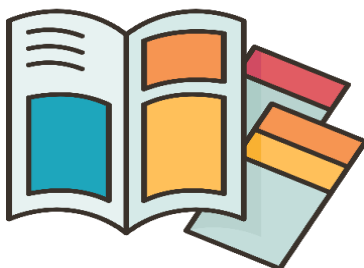
Berdasarkan fungsinya Komunikasi, Informasi dan Edukasi didefinisikan sebagai berikut:

1. Komunikasi

Komunikasi adalah penyampaian pesan secara langsung atau tidak langsung dari pemberi pesan melalui saluran komunikasi kepada penerima pesan untuk mendapatkan respon. Interaksi respon di antara kedua belah pihak dapat terjadi ketika makna pesan dimengerti oleh masing-masing pihak.



2. Informasi



Informasi adalah data, berita, penjelasan, keterangan, gagasan maupun fakta yang menjadi pesan dan perlu diketahui oleh khalayak sehingga dapat memberi manfaat bagi penerimanya.

3. Edukasi

Edukasi adalah suatu kegiatan yang menciptakan penambahan pengetahuan, perubahan sikap, perilaku, dan keterampilan seseorang/kelompok secara wajar.



2.2. Komponen KIE

Komponen - komponen dalam melaksanakan kegiatan KIE, yaitu:

1. Pemberi Pesan



Pemberi pesan merupakan institusi/organisasi, ataupun personal yang bersifat independen. Penyampai pesan memiliki pengaruh yang besar di dalam sebuah kelompok masyarakat dan memiliki tanggung jawab sosial dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Pemberi pesan dapat melibatkan tokoh agama, tokoh masyarakat, figur publik, ataupun influencer media sosial sehingga pesan atau informasi yang ingin disampaikan dapat menjangkau publik yang lebih luas.

2. Penerima Pesan

a. Individu

Individu adalah seseorang yang tidak hanya memiliki peranan khas di dalam lingkungan sosialnya, melainkan juga mempunyai kepribadian serta pola tingkah laku spesifik dirinya sendiri. KIE individu merupakan suatu proses KIE yang timbul secara langsung antara petugas KIE dengan individu sasaran program.



b. Kelompok



Kelompok merupakan unit sosial yang terdiri dari himpunan individu yang memiliki kesamaan kebutuhan, minat, aspirasi, dan memiliki hubungan, interaksi serta ketergantungan antara satu dengan yang lainnya yang diatur oleh norma-norma tertentu. KIE kelompok merupakan suatu proses KIE yang timbul secara langsung antara petugas KIE dengan kelompok (2-15) orang, misalnya melalui diskusi kelompok (FGD) ataupun metode lain yang sejenis. Media yang digunakan bisa berupa alat peraga, video, buku panduan, modul, film-film pendek, dan lain-lain.

c. Masyarakat

Masyarakat adalah sebuah komunitas yang interdependen (saling tergantung satu sama lain). Umumnya, istilah masyarakat digunakan untuk mengacu sekelompok orang yang hidup bersama dalam satu komunitas yang teratur. KIE massa merupakan suatu proses KIE tentang sesuatu program yang dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung kepada masyarakat dalam jumlah besar. Penyampaian pesan kepada kelompok besar/ sebagian besar populasi. Bisa dalam bentuk seminar, kampanye akbar, seruan moral/ pernyataan sikap, dan lain-lain.



3. Isi materi/informasi KIE

Isi materi/informasi KIE keamanan pangan dapat berupa regulasi yang baru diterbitkan atau yang sedang berlaku, panduan dan pedoman teknis terkait keamanan, mutu, gizi, label, dan iklan pangan segar, kasus-kasus terkait keamanan pangan, maupun informasi umum lain terkait keamanan, mutu, gizi label dan iklan pangan segar.

Materi KIE dapat berupa informasi apapun terkait keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan segar, dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- Sumbernya harus kredibel
- Informasinya valid/terverifikasi
- Isi pesan berkualitas
- Memiliki kedalaman/detail informasi
- Transparan
- Scientific atau ilmiah
- Menjadi referensi utama



4. Media Penyampaian KIE

Materi/informasi KIE dapat disampaikan dalam bentuk materi presentasi menggunakan media power point, pdf, gambar, video dan media presentasi lainnya. Selain materi presentasi materi/informasi KIE dapat disampaikan dalam bentuk pod cast dan sejenisnya, siaran radio/televisi, unggahan melalui media sosial, penayangan videotron maupun media iklan elektronik lainnya, running text dan lain sebagainya. Materi/informasi KIE juga dapat disampaikan secara cetak dalam bentuk selebaran, kalender, leaflet, banner, kanvas, spanduk, umbul-umbul, billboard, baliho, dan menggunakan media perantara cetak lainnya seperti tas, perlengkapan rumah tangga, perlengkapan sekolah, *apparel* dan media lainnya.

5. Metode penyampaian KIE

a. Melalui Tatap Muka

KIE tatap muka dilakukan dengan mengunjungi langsung masyarakat atau pelaku usaha sasaran secara personal.



b. Melalui metode Penyuluhan



KIE Penyuluhan dilaksanakan dalam bentuk pertemuan seperti kegiatan sosialisasi, seminar, FGD, workshop atau kegiatan lainnya dengan kelompok masyarakat, pelaku usaha, Lembaga Pendidikan, organisasi dan komunitas tertentu.

c. Melalui Media Massa

KIE media massa ditujukan pada sasaran yang berjumlah banyak serta jangkauan yang luas dengan memanfaatkan media cetak, media elektronik dan media online.



2.3. Gaya Penyampaian Pesan KIE

Gaya penyampaian merupakan karakter yang akan ditunjukkan oleh pesan komunikasi kepada kelompok sasaran untuk membangun kesan yang kuat dalam rangka mencapai tujuan komunikasi.

- 1) Profesional, menunjukkan lembaga yang kredibel.
- 2) Terpercaya, menyajikan informasi yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan

- 3) Terbuka, memberikan informasi yang transparan bagi kebutuhan masyarakat.
- 4) Cerdas, informasi yang dihadirkan didukung dengan data yang akurat.
- 5) Informatif, mampu menjelaskan dengan lugas dan mudah dipahami.
- 6) Solutif, tempat bertanya dan menemukan jawaban seputar standar mutu dan keamanan pangan.
- 7) Dinamis, dapat mengikuti perkembangan dan kebutuhan masyarakat.
- 8) Percaya diri, dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat.
- 9) Jujur, selalu mengedepankan kebenaran dalam semua informasi yang diberikan
- 10) Modern, mampu beradaptasi dalam perkembangan era digital.
- 11) Pelindung, dapat menjadi pelindung masyarakat untuk keamanan pangan.
- 12) Ramah, bersahabat dan dekat dengan semua kalangan.

BAB III

PERENCANAAN KEGIATAN KIE KEAMANAN, MUTU, GIZI, LABEL DAN IKLAN PANGAN SEGAR

Kegiatan KIE memerlukan perencanaan agar berjalan efektif, efisien dan mendapatkan hasil yang diharapkan. Rencana kegiatan KIE mencakup penjabaran tujuan dan target sasaran kegiatan, materi yang ingin disampaikan, media dan metode yang digunakan, waktu pelaksanaan, metode evaluasi yang digunakan, serta anggaran yang diperlukan, jika memungkinkan.

1. Menetapkan Tujuan

Tujuan kegiatan perlu ditetapkan untuk dapat menetapkan target, media, metode serta metode evaluasi yang akan digunakan. Tujuan biasanya juga berhubungan dengan materi/informasi yang akan disampaikan. Misalnya materi terkait dengan kegiatan mencuci tangan sebelum menangani produk pangan bertujuan untuk memberikan pemahaman terkait pentingnya cuci tangan terhadap kesehatan serta mengubah perilaku target/sasaran terhadap kebiasaan mencuci tangan tersebut.

2. Menentukan Materi/Isi KIE Keamanan, Mutu, Gizi, Label dan Iklan Pangan Segar

Materi KIE yang disampaikan disesuaikan dengan target sasaran serta isu/permasalahan yang ingin dibahas/disampaikan. Materi dibuat sesederhana mungkin dengan bahasa dan frasa yang mudah dipahami oleh sasaran. Bila perlu isi pesan dibuat dengan gambar dan bahasa setempat sehingga sasaran merasa bahwa pesan tersebut memang benar-benar ditujukan kepada mereka. Contoh-Contoh Materi KIE Keamanan, Mutu, Gizi, Label dan Iklan Pangan Segar

- 5 kunci keamanan pangan
- Keamanan pangan adalah tanggung jawab bersama
- Langkah Penanganan Pangan Segar

- Keamanan Pangan (Berbagai Jenis Bahaya pada Pangan)
- Cara Memilih Pangan segar yang Aman
- Ayo Kenali Penyalahgunaan Bahan Kimia Berbahaya
- Bijak konsumsi gula, garam dan lemak
- Legalitas Produk Pangan
- Label pangan segar
- Mengenal beras fortifikasi
- Residu pestisida
- Cemaran logam berat
- Iklan Pangan
- Bahan tambahan pangan
- Pangan Produk rekayasa genetika
- Kemasan pangan
- Iradiasi pangan
- Penyimpanan pangan
- Sanitasi pangan
- Penanganan Pasca panen
- Kontaminasi Makanan
- Cemaran Mikotoksin
- Dan lain sebagainya.



3. Menentukan sasaran

Sasaran utama kegiatan KIE Keamanan, Mutu, Gizi, Label dan iklan Pangan Segar:

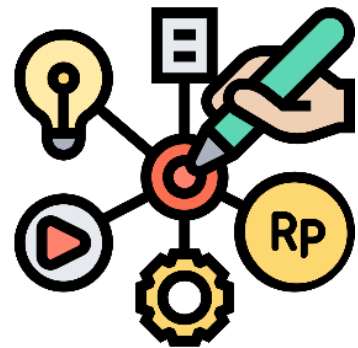
- a) Pelaku Usaha (pedagang, pengusaha retail, industri);
- b) Pengawas (OKKPD);



- c) Masyarakat (perorangan sesuai kelompok usia atau keluarga, organisasi masyarakat dan organisasi lainnya);
- d) Stakeholder lainnya (Lembaga pemerintahan, swasta);
- e) Lainnya, sesuai kebutuhan.

Target sasaran disesuaikan dengan materi/informasi yang ingin disampaikan agar tepat sasaran dan efektif. Materi terkait dengan perizinan berusaha tentunya akan lebih tepat disampaikan kepada pelaku usaha pangan dibandingkan dengan apabila disampaikan kepada anak sekolah.

4. Menentukan Metode KIE Keamanan, Mutu, Gizi, Label dan Iklan Pangan Segar
Pilihan metode disesuaikan dengan kapasitas, baik dari sisi SDM maupun anggaran serta kultur/budaya setempat. KIE dapat dilaksanakan secara tatap muka, penyuluhan/sosialisasi, dan metode lain yang relevan.



5. Menentukan Media untuk menyampaikan KIE Keamanan, Mutu, Gizi, Label dan Iklan Pangan Segar
 - MEDIA CETAK
 - a. Surat Kabar



Surat kabar bisa digunakan sebagai media KIE ketika kita bisa memanfaatkan ruang/space dan pada waktu tertentu untuk memberi informasi tentang keamanan pangan segar atau pangan yang aman. Saat ini keberadaan surat kabar mulai digantikan oleh media online seperti situs berita yang

mempunyai kecepatan lebih tinggi dalam menyampaikan berita. Akan tetapi untuk wilayah-wilayah tertentu, surat kabar masih menjadi media yang dicari oleh masyarakat dan menjadi salah satu sumber informasi yang penting di masyarakat.

b. Buku Panduan

Buku Panduan adalah buku yang digunakan sebagai acuan dalam upaya mewujudkan keamanan pangan segar.



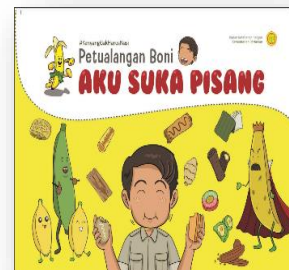
c. Stiker



Stiker adalah jenis label, selembur kertas cetak, atau bahan lain yang dapat digunakan untuk memuat/menampilkan informasi terkait Keamanan, Mutu, Gizi, Label dan Iklan Pangan Segar.

d. Komik

Komik adalah suatu bentuk seni yang menggunakan gambar-gambar tidak bergerak yang disusun sedemikian rupa sehingga membentuk jalinan cerita. Komik mengandung cerita-cerita yang menarik untuk dibaca anak-anak. Dalam cerita komik, panel-panel gambar lebih dominan daripada teks verbal dan bahkan banyak panel gambar yang sudah berbicara tanpa unsur bahasa atau dengan unsur terbatas.



e. Poster

Poster adalah karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar tentang keamanan pangan segar. Pengaplikasiannya dengan ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya.



f. Brosur

Brosur didesain dalam ukuran kertas yang standar dan dapat dilipat, baik dilipat bagi dua atau dibagi tiga yang berisikan bahan informasi terkait Keamanan, Mutu, Gizi, Label dan Iklan Pangan Segar yang akan didiseminasikan kepada pelaku usaha dan masyarakat luas.

g. Baliho

Baliho merupakan media luar ruang yang ukurannya besar dan biasanya dipasang di tempat terbuka yang banyak dilalui orang, di tempat strategis seperti jalan raya yang banyak dilalui kendaraan dan di jalur hijau jalan utama. Baliho termasuk media luar ruang yang bersifat temporer (tidak untuk jangka waktu lama).





h. Leaflet

Leaflet memiliki ukuran yang lebih kecil daripada brosur tetapi memiliki fungsi yang sama untuk mendiseminasikan informasi terkait Keamanan, Mutu, Gizi, Label dan Iklan Pangan Segar kepada pelaku usaha dan masyarakat luas.

i. Banner

Banner adalah media informasi yang hampir sama persis dengan spanduk. Yaitu rentangan yang berisi slogan, propaganda, atau berita yang perlu diketahui oleh masyarakat umum.

j. Spanduk

Spanduk adalah media promosi luar ruangan yang terbuat dari kain yang umumnya berdimensi landscape dan pemasangannya ditumpangkan dengan tali pada bangunan atau konstruksi lain yang telah ada. Pemasangan spanduk tidak melibatkan pembuatan konstruksi sama sekali baik permanen atau semi permanen.



k. Billboard

Billboard adalah media iklan luar ruang (outdoor advertising) yang paling banyak digunakan saat ini. Billboard mirip dengan baliho, namun konstruksinya bersifat permanen. Billboard dipasang dengan ukuran yang sangat besar

ditempat-tempat umum agar dapat dilihat sebanyak mungkin orang di area tersebut.

Seiring dengan kemajuan teknologi maka desain billboard mengalami banyak perubahan yang dulu hanya memakai media cetak kini telah berubah menjadi desain multimedia seperti video dan animasi. Bahkan dengan semakin banyak perusahaan advertising melakukan transformasi digital maka penggantian materi iklan yang ditayangkan pada billboard digital sudah dapat dilakukan secara online.

I. Media lainnya

Media lainnya berupa media antara yang digunakan untuk mencetak pesan-pesan terkait keamanan pangan. Media tersebut dapat berupa tas, apparel, perlengkapan sekolah, perlengkapan rumah tangga dan lain-lain yang dapat menginternalisasi pesan sekaligus memberikan manfaat bagi penerima/target sasaran.



- MEDIA ELEKTRONIK

- a. Televisi

Strategi KIE menggunakan saluran dari stasiun televisi lokal terkadang lebih efektif untuk menjangkau khalayak masyarakat/ petani di daerah-daerah terpencil. Minimnya jaringan internet di wilayah wilayah tertentu membuat televisi



masih menjadi media populer yang ditonton oleh masyarakat. Televisi juga mempunyai kekuatan KIE yang besar karena dapat berfungsi sebagai media komunikasi, penyampaian informasi dan juga edukasi.

b. Radio

Penggunaan Radio sebagai salah satu media KIE masih efektif untuk menjangkau khalayak sasaran di pelosok daerah. Sistem radio berjaringan ini juga dapat menghemat biaya dan usaha yang harus dikeluarkan untuk melakukan KIE menggunakan media televisi.



- MEDIA ONLINE

Media online adalah sebuah sarana untuk berkomunikasi secara online melalui website dan aplikasi yang hanya bisa diakses menggunakan internet. Dalam era milenial seperti sekarang ini penggunaan internet menjadi



suatu kebutuhan yang cukup vital, mengingat berbagai informasi dapat dengan mudah di akses secara digital melalui teknologi informasi pada media online, baik itu melalui surat kabar online, perpustakaan online ataupun media sosial (Facebook, Twitter, Youtube, Tiktok dan lain-lain). Selain berupa berita, unggahan, infografis, foto, KIE melalui media online juga bisa disampaikan dalam bentuk video.

6. Menetapkan metode evaluasi

Dalam menetapkan metode evaluasi perlu memperhatikan beberapa aspek yaitu target sasaran, materi, media, serta metode KIE. Metode evaluasi data dapat berupa hasil pengamatan, kuesioner, hasil pre dan post test, testimoni maupun



metode lainnya yang dapat menggambarkan adanya perubahan pengetahuan, perubahan perilaku, maupun dampak yang diperoleh dari pelaksanaan KIE. Hasil evaluasi pelaksanaan KIE tersebut dapat menjadi masukan dalam penyempurnaan pelaksanaan KIE di masa mendatang.

BAB IV
PELAKSANAAN KEGIATAN KIE KEAMANAN,
MUTU, GIZI, LABEL DAN IKLAN PANGAN SEGAR

4.1. Pelaksanaan

1. Tahap Persiapan

- a. Mengumpulkan data atau informasi terkait masalah keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan segar
- b. Menganalisa data dan informasi terhadap sasaran atau permasalahan yang terjadi
- c. Menyiapkan dan membuat materi KIE keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan segar

Contoh Materi KIE keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan segar dapat diakses pada link drive dibawah ini. Dinas yang menangani urusan pangan di provinsi dan kabupaten/kota dapat mengembangkan atau membuat materi KIE keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan segar sendiri berdasarkan kondisi dan kebutuhan di masing-masing wilayah



<https://bit.ly/materiKIEKeamananPanganSegar>

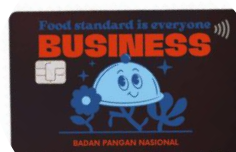
- d. Menyusun rencana kerja dan target kegiatan KIE keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan segar

Rencana kerja dan target kegiatan KIE disusun dalam bentuk dokumen yang memuat latar belakang; tujuan; target sasaran; metode, media dan materi yang digunakan; waktu pelaksanaan, metode evaluasi yang dipilih; serta kebutuhan anggaran jika memungkinkan. Rencana kerja KIE dapat disusun secara tahunan, periode, berdasarkan kelompok kegiatan, maupun berdasarkan kegiatan sesuai kebutuhan.

2. Tahap Pelaksanaan

Melaksanakan KIE sesuai dengan perencanaan berupa:

- a. Kampanye/Penyuluhan/gerakan tentang keamanan pangan segar dengan menggunakan media yang variatif dan menarik untuk meningkatkan awareness/ kesadaran/ keingintahuan masyarakat. Kampanye/penyuluhan/gerakan dapat berkolaborasi dengan kegiatan lain maupun menggandeng publik figur yang menarik masyarakat dan terkait dengan topik/informasi yang akan disampaikan. Dalam kampanye/penyuluhan tersebut dapat ditayangkan materi berupa presentasi atau video; dibagikan materi berupa selebaran, leaflet, atau stiker; dan/atau dibagikan materi promosi yang dicetak pada media antara seperti: tas belanja, kaos, dompet, topi, dan lain sebagainya.



- b. Sosialisasi tentang keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan segar kepada Pelaku usaha, pengawas, masyarakat secara berkala dan terukur. Sosialisasi biasanya terkait penyampaian regulasi, standar, pedoman, panduan teknis ataupun hal-hal lain terkait. Sosialisasi biasanya menampilkan materi dalam bentuk presentasi dan video; membagikan materi cetak dalam bentuk panduan/pedoman, selebaran, leaflet, atau stiker; dan/atau membagikan materi promosi yang dicetak pada media antara seperti tersebut di atas.



biasanya terkait penyampaian regulasi, standar, pedoman, panduan teknis ataupun hal-hal lain terkait. Sosialisasi

biasanya menampilkan materi dalam bentuk presentasi dan video; membagikan materi cetak dalam bentuk panduan/pedoman, selebaran, leaflet, atau stiker; dan/atau membagikan materi promosi yang dicetak pada media antara seperti tersebut di atas.

- c. Bimbingan teknis kepada pengawas, pelaku usaha dan masyarakat tentang pengawasan keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan segar. Peserta Bimtek umumnya memperoleh materi yang disampaikan dalam bentuk cetak maupun elektronik serta menerima materi promosi dalam bentuk cetak seperti panduan/pedoman, leaflet, atau selebaran; serta materi promosi yang dicetak pada media antara.



leaflet, atau selebaran; serta materi promosi yang dicetak pada media antara.

- d. KIE melalui media cetak maupun elektronik



Podcast B2SA: Beras yang Aman dan Bermutu

Melakukan sosialisasi tentang keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan segar melalui media cetak seperti: buku panduan, poster, leaflet, spanduk, komik, brosur,

banner, baliho dan lain-lain dan media elektronik seperti: Iklan dan talkshow di televisi dan radio.

e. KIE melalui media online (Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, Youtube)

- Membuat/mendesain materi KIE yang kreatif dan inovatif untuk diupload di media sosial
- Melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang keamanan pangan melalui media sosial (Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, Youtube) dalam bentuk artikel, materi infografis, video, foto, talk show, podcast, dan/atau tayangan sejenisnya yang digunakan untuk memberikan informasi tentang keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan segar kepada masyarakat.
- Secara rutin memperbaharui data dan informasi tentang keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan segar di media sosial

f. Pembagian materi promosi secara langsung kepada masyarakat



Dalam rangka meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap keamanan pangan, dalam rangka hari keamanan pangan, perayaan/peringatan, atau kegiatan sejenis memberikan

materi promosi baik yang dicetak dalam bentuk leaflet, selebaran, stiker, dan sejenisnya; maupun yang dicetak pada media antara seperti gelas, pakaian, topi, tas, dan sejenisnya.

3. Tahap Evaluasi

Untuk mengetahui keberhasilan KIE yang dijalankan, pemberi pesan/pelaksanaan KIE perlu melakukan pengukuran keberhasilan KIE yang dapat dilakukan melalui:

- a. Kampanye/Penyuluhan/gerakan: pengukuran keberhasilan dapat dilakukan melalui pembagian kuisioner maupun testimoni yang mengukur tingkat pengetahuan sebelum dan sesudah acara, atau pengukuran lainyang sejenis.
- b. Sosialisasi dan Bimtek: pengukuran keberhasilan dapat dilakukan melalui pre dan post test atau kuesioner yang dapat mengukur bertambahnya pengetahuan target/sasaran.
- c. KIE melalui media sosial dapat diukur dari jumlah LSC (Like, Share and comment) serta jumlah penonton/viewer pada media tersebut.
- d. KIE melalui media cetak maupun elektronik dan pembagian materi promosi secara langsung: pengukuran keberhasilan dapat dilakukan melalui kuisioner maupun testimoni dari target/sasaran.

4.2. Koordinasi

Pelaksanaan kegiatan KIE keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan segar merupakan tanggung jawab bersama antara pusat dan daerah. Dalam pelaksanaannya, Badan Pangan Nasional berkoordinasi dengan dinas di daerah baik provinsi maupun kabupaten/kota serta stakeholder terkait agar dapat mengelola dan memfasilitasi kegiatan KIE secara intensif dan berkesinambungan. Instansi pusat dan daerah serta stakeholder terkait diharapkan dapat melaksanakan tugas dan fungsi sesuai peran masing-masing untuk menjalankan KIE keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan segar.

BAB V

MONITORING, EVALUASI DAN PELAPORAN

5.1. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring, evaluasi dan pelaporan dilakukan untuk memastikan bahwa kegiatan KIE berjalan sesuai dengan rencana. Monitoring dilakukan mengacu kepada rencana KIE keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan segar yang telah disusun, sedangkan evaluasi dilakukan secara berkala untuk melihat proses, hasil atau dampak dari kegiatan yang dilakukan.

Monitoring dan Evaluasi merupakan dua kegiatan terpadu dalam rangka pengendalian suatu program. Meskipun merupakan satu kesatuan kegiatan, Monitoring dan Evaluasi memiliki fokus yang berbeda satu sama lain. Monitoring dilakukan pada saat kegiatan sedang berlangsung guna memastikan kesesuaian proses dan capaian sesuai rencana atau tidak. Bila ditemukan penyimpangan atau kelambanan maka segera dibenahi sehingga kegiatan dapat berjalan sesuai rencana dan targetnya. Jadi, hasil monitoring menjadi input bagi kepentingan proses selanjutnya. Sementara Evaluasi dilakukan pada akhir kegiatan, untuk mengetahui hasil atau capaian akhir dari kegiatan atau program. Hasil Evaluasi bermanfaat untuk menyusun rencana pelaksanaan program yang sama di waktu dan tempat lainnya.

Monitoring dilakukan untuk mengukur ketepatan dan tingkat capaian dari pelaksanaan kegiatan yang sedang dilakukan dengan menggunakan standar (variabel) yang telah dipersiapkan. Indikator umum yang digunakan untuk memonitor capaian kegiatan antara lain:

- a. Kesuaian pelaksanaan dengan tujuan kegiatan
- b. Capaian jumlah target sasaran
- c. Ketepatan dan pengelolaan waktu
- d. Adanya tahapan evaluasi dan alat evaluasinya
- e. Kesesuaian evaluasi dengan tujuan proyek

5.2. Pelaporan

Laporan hasil kegiatan merupakan salah satu eviden/bukti pelaksanaan kegiatan. Laporan pelaksanaan mencakup latar belakang, tujuan, hasil pelaksanaan, serta hasil evaluasi kegiatan. Selain menjadi eviden/bukti pelaksanaan kegiatan, laporan juga digunakan sebagai salah satu alat/acuan dalam menilai keberhasilan suatu kegiatan dan/atau sebagai input/masukan dalam melakukan perbaikan.

BAB VI

PENUTUP

Panduan Komunikasi, Informasi dan Edukasi (KIE) Keamanan, Mutu, Gizi, Label dan Iklan Pangan Segar ini merupakan disusun sebagai acuan untuk pengembangan KIE keamanan, mutu, gizi, label dan iklan pangan segar. Namun demikian, setiap daerah dapat mengembangkan KIE sesuai kebutuhan masing-masing, didahului dengan perencanaan dan disertai dengan evaluasi untuk mengukur capaian serta keberhasilan kegiatan. Dengan perencanaan yang tepat, diharapkan KIE yang dilaksanakan dapat berjalan secara efektif dan efisien serta memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan.



**BADAN
PANGAN
NASIONAL**

**NATIONAL
FOOD
AGENCY**

**DIREKTORAT PERUMUSAN STANDAR KEAMANAN DAN MUTU PANGAN
DEPUTI BIDANG PENGANEKARAGAMAN KONSUMSI DAN KEAMANAN PANGAN
BADAN PANGAN NASIONAL**

**Jalan Harsono RM Nomor 3 Ragunan,
Pasar Minggu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12550**



badanpangan.go.id



@badanpangannasional



nfa.official@badanpangan.go.id



(021) 7807377