

KEPUTUSAN SEKRETARIS UTAMA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN

HK.07.2.22.11.20.51

TENTANG

STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK PENANGANAN COVID-19
BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN

SEKRETARIS UTAMA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN,

- Menimbang :
- a. bahwa dalam rangka pencegahan dan penanggulangan penyebaran *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19), Badan Pengawas Obat dan Makanan perlu melakukan langkah strategis yang cepat, tepat, akurat, dan sistematis untuk mengantisipasi dampak yang ditimbulkan melalui komunikasi publik;
 - b. bahwa untuk mendukung komunikasi publik sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu disusun strategi komunikasi publik dalam penyebaran informasi terkait penanganan COVID-19;
 - c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu menetapkan Keputusan Sekretaris Utama Badan Pengawas Obat dan Makanan tentang Strategi Komunikasi Publik Penanganan COVID-19 Badan Pengawas Obat dan Makanan;

- Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1984 tentang Wabah Penyakit Menular (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1984 Nomor 20, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3237);
 2. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 66, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4723);

- 2 -

3. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843);
4. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 61, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4846);
5. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 112, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5038);
6. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 144, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5063);
7. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2018 tentang Kekarantina Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 128, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6236);
8. Peraturan Pemerintah Nomor 40 Tahun 1991 tentang Penanggulangan Wabah Penyakit Menular (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1991 Nomor 49, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3447);
9. Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 180);
10. Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2020 tentang Komite Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19) dan Pemulihan Ekonomi Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 178);

- 3 -

11. Keputusan Presiden Nomor 7 Tahun 2020 tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19) sebagaimana telah diubah dengan Keputusan Presiden Nomor 9 Tahun 2020 tentang Perubahan atas Keputusan Presiden Nomor 7 Tahun 2020 tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19);
12. Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Nonalam Penyebaran *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19) Sebagai Bencana Nasional;
13. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 21 Tahun 2020 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 1002);
14. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 22 Tahun 2020 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis di Lingkungan Badan Pengawas Obat dan Makanan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 1003);
15. Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/MENKES/247/2020 tentang Pedoman Pencegahan dan Pengendalian *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-2019);
16. Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor HK.02.02.1.2.03.20.122 Tahun 2020 tentang Satuan Tugas Pencegahan dan Penanggulangan Penyebaran *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19) Badan Pengawas Obat dan Makanan;

- 4 -

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : KEPUTUSAN SEKRETARIS UTAMA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN TENTANG STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK PENANGANAN COVID-19 BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN.

Kesatu : Menetapkan dan memberlakukan Strategi Komunikasi Publik Penanganan COVID-19 Badan Pengawas Obat dan Makanan sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Keputusan ini.

Kedua : Strategi Komunikasi Publik Penanganan COVID-19 Badan Pengawas Obat dan Makanan sebagaimana dimaksud dalam diktum Kesatu digunakan sebagai acuan bagi seluruh unit kerja di lingkungan Badan Pengawas Obat dan Makanan dalam melakukan penyebaran informasi terkait penanganan COVID-19 ke masyarakat.

Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 2 Oktober 2020

SEKRETARIS UTAMA
BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN



ELIN HERLINA

LAMPIRAN
KEPUTUSAN SEKRETARIS UTAMA
BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN
NOMOR HK.07.2.22.11.20.51 TAHUN 2020



STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK PENANGANAN COVID-19 BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN

Dokumen ini menjelaskan tentang hal-hal terkait komunikasi publik, sebagai petunjuk teknis untuk Badan POM termasuk Balai Besar POM, Balai POM, dan Loka POM di daerah dalam menanggapi dan menyampaikan informasi tentang COVID-19 kepada masyarakat. Dokumen ini dapat diperbarui sesuai dengan perkembangan informasi tentang COVID-19 di Indonesia. Dokumen ini diadopsi dari protokol komunikasi publik BNPB.

LATAR BELAKANG

Seperti kita ketahui, infeksi akibat *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus-2* (SARS-CoV-2) mulai mewabah pada Desember 2019 di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Republik Rakyat Tiongkok. Penyakit akibat infeksi SARS-CoV-2 ini kemudian dikenal dengan nama *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) yang pada awal tahun 2020 mulai menyebar ke beberapa negara dan akhirnya meluas ke hampir seluruh negara di dunia. Pada tanggal 11 Maret 2020, WHO mengumumkan COVID-19 sebagai pandemi global.

Di Indonesia, kasus pertama secara resmi diumumkan pada tanggal 2 Maret 2020. Mengingat penyebaran COVID-19 telah meluas dan berdampak pada aspek sosial, ekonomi, pertahanan, hingga kesejahteraan masyarakat di Indonesia, Presiden Republik Indonesia membentuk Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 yang antara lain bertujuan untuk meningkatkan kesiapan dan kemampuan dalam mencegah, mendeteksi dan merespons terhadap COVID-19. Dan sebagai bagian dari upaya penanggulangan COVID-19, Kepala Badan POM membentuk Satuan Tugas Pencegahan dan Penanggulangan Penyebaran COVID-19.

PANDEMI GLOBAL



Dalam penanganan wabah penyakit di dunia, Anthony de Mello pernah mengingatkan bahwa jumlah korban bisa menjadi lima kali lipat, kalau terjadi ketakutan di saat terjadi wabah penyakit. Seribu orang menjadi korban karena sakit, sedangkan empat ribu orang menjadi korban karena panik. (Mello, A. D. (1997). *The heart of the enlightened: a book of story meditations. Glasgow: Fount Paperbacks*). Berkaca pada hal tersebut, komunikasi adalah bagian terpenting dalam menghadapi ancaman pandemi. Kepercayaan publik perlu dibangun dan dijaga agar tidak terjadi kepanikan di masyarakat dan agar penanganan dapat berjalan lancar. Salah satu instruksi yang diberikan Presiden RI Joko Widodo adalah Pemerintah harus menunjukkan bahwa Pemerintah serius, Pemerintah siap, dan Pemerintah mampu menangani *outbreak* ini. Persepsi tentang kesiapan dan keseriusan Pemerintah perlu disampaikan kepada publik melalui penjelasan yang komprehensif dan berkala, dengan menjelaskan apa yang sudah dan akan dilakukan oleh Pemerintah, dalam hal ini Badan POM.

TUJUAN KOMUNIKASI

Menciptakan masyarakat yang tenang dan paham apa yang mereka harus lakukan bagi lingkungan terdekatnya, serta lebih bijaksana dalam menerima pemberitaan-pemberitaan di media, terutama media sosial terkait Obat dan Makanan.

1. Menciptakan masyarakat menjadi konsumen Obat dan Makanan yang cerdas dalam memilih/membeli/menggunakan/mengonsumsi Obat dan Makanan yang aman;
2. Membangun persepsi masyarakat bahwa Badan POM hadir melindungi kesehatan masyarakat dengan jaminan produk Obat dan Makanan yang beredar di masyarakat aman, berkhasiat/bermanfaat, dan bermutu.

EMPAT PILAR KOMUNIKASI PUBLIK TERKAIT COVID-19

1. Himbuan masyarakat agar tetap tenang dan waspada.
2. Koordinasi dengan instansi terkait.
3. Pemberian informasi ke media.
4. Mendukung kampanye nasional memutus rantai penyebaran COVID-19.

NARASI UTAMA

Narasi utama dalam penyampaian komunikasi oleh Badan POM termasuk Balai Besar POM, Balai POM, dan Loka POM di daerah yaitu:

- “Badan POM Serius Menangani COVID-19”
- “Masyarakat Tetap Tenang dan Waspada”
- “Patuhi Protokol Kesehatan”
- “Cek KLIK (Kemasan, Label, Izin Edar, Kedaluwarsa)”

RUJUKAN

<https://covid19.go.id/>

Untuk koordinasi komunikasi dan informasi dapat menghubungi:

Nama : Dra. Rita Mahyona, Apt, M.Si
Jabatan : Plt. Kepala Biro Hubungan Masyarakat dan Dukungan Strategis Pimpinan
Nomor Telepon : 08113640709

KEGIATAN KOMUNIKASI BADAN POM

1. Membentuk Satuan Tugas Pencegahan dan Penanggulangan Penyebaran COVID-19 Bidang Komunikasi Publik.
2. Juru Bicara utama adalah Kepala Badan POM RI. Juru bicara lainnya adalah Pimpinan Eselon I dan Eselon II di Badan POM pusat yang ditunjuk oleh Kepala Badan POM.
3. Mengunggah informasi *update* Badan POM ke *website* www.pom.go.id sebagai rujukan informasi utama tentang Obat dan Makanan, utamanya di masa pandemi COVID-19.



4. Menyampaikan informasi melalui konferensi pers virtual dan web seminar.



5. Membuat produk komunikasi dan menyebarkannya melalui berbagai media komunikasi:
- Siaran pers/penjelasan/klarifikasi isu/hoaks dan disinformasi terkait Obat dan Makanan.
 - Cara pencegahan penularan COVID-19
 - Cara menjaga daya tahan tubuh
 - Cara memilih obat dan makanan aman
 - *Physical distancing*
 - Keamanan obat terapi COVID-19
 - Penggunaan *hand sanitizer*
 - Penggunaan mas
 - Hidup Sehat, Cegah COVID-19
 - dll.



KEGIATAN KOMUNIKASI BALAI BESAR POM, BALAI POM, LOKA POM:

1. Membentuk Satuan Tugas Pencegahan dan Penanggulangan Penyebaran COVID-19 Bidang Komunikasi Publik.
2. Juru Bicara utama adalah Kepala Balai Besar POM/Balai POM/Loka POM.
3. Mengunggah informasi update Badan POM ke website www.pom.go.id sebagai rujukan informasi utama tentang Obat dan Makanan, utamanya di masa pandemi COVID-19
4. Menyampaikan informasi melalui konferensi pers virtual dan web seminar.
5. Membuat produk komunikasi berbahasa Indonesia maupun bahasa daerah dan menyebarkannya melalui berbagai media komunikasi:
 - Siaran pers/penjelasan/klarifikasi isu/hoaks dan disinformasi terkait Obat dan Makanan.
 - Cara pencegahan penularan COVID-19
 - Cara menjaga daya tahan tubuh
 - Cara memilih obat dan makanan aman
 - *Physical distancing*
 - Keamanan obat terapi COVID-19
 - Penggunaan *hand sanitizer*
 - Penggunaan masker
 - Hidup Sehat, Cegah Covid-19
 - dll.

PIHAK-PIHAK YANG TERLIBAT

Berikut merupakan pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi penanganan COVID-19 Badan POM:

- Satgas Percepatan Penanganan COVID-19
- Komite Penanganan COVID-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional
- Kemenko Kemaritiman dan Investasi
- Kemenko Perekonomian
- Kementerian Kesehatan
- Kementerian Riset dan Teknologi
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
- Badan Nasional Penanggulangan Bencana
- Kementerian Komunikasi dan Informatika
- Asosiasi dan Pelaku Usaha di Bidang Obat dan Makanan
- Lembaga Sosial Masyarakat
- Peneliti dan Akademisi
- dll



SASARAN KHALAYAK/STAKEHOLDERS

Badan POM pusat dan Balai Besar POM, Balai POM, dan Loka POM di daerah bersama-sama menyusun dan menyebarkan produk komunikasi yang sesuai untuk khalayaknya, secara nasional dan spesifik sesuai dengan kebutuhan daerah masing-masing.

Sasaran khalayak:

- Publik dan Keluarga
- Media
- *Public figure*
- Pelajar dan Mahasiswa
- Kelompok Milenial
- Pelaku usaha termasuk UMKM
- dll.

KANAL KOMUNIKASI

Sasaran khalayak dapat dijangkau melalui berbagai kanal, baik melalui media *mainstream*, media sosial, maupun melalui jaringan komunikasi yang telah terbentuk.

Kanal yang bisa digunakan:

- Website sebagai rujukan pertama.
- Televisi
- Media cetak
- Media online
- Radio
- SMS gateway
- Media sosial (Instagram, Facebook/Funpage, Twitter, Youtube)
- Media luar ruang (Videotron, Videowall, E-kios)
- dll.



PENDEKATAN/DO'S AND DONT'S

Tindakan yang boleh dilakukan:

- Sampaikan himbuan untuk tetap tenang;
- Balai Besar POM, Balai POM, Loka POM di daerah agar berkomunikasi secara intens dengan Badan POM pusat;
- Apabila ada kasus di wilayah kerjanya, langsung lapor ke Pimpinan Eselon I pembina;
- Memberikan akses kepada media untuk mengetahui informasi terkini mengenai virus;
- Lakukan koordinasi dengan instansi terkait untuk menjaga situasi tenang dan kondusif;
- Meningkatkan kewaspadaan pada kelompok-kelompok yang berpotensi terdampak;
- Memonitor tanggapan dari masyarakat tentang isu terkait;
- Ketika bertemu media, berikan informasi sejelas-jelasnya kepada publik;
- Juru bicara harus bisa ditemui dan bisa dihubungi setiap saat.
- Selalu sampaikan pesan Pola Hidup Bersih dan Sehat;
- Apabila bertemu media, gunakan bahasa Indonesia yang sederhana sehingga bisa dipahami masyarakat awam.
- Menunjukkan bahasa tubuh yang menampilkan pesan “siap dan mampu” menangani COVID-19.
- Pada setiap perubahan yang terjadi, informasikan bahwa ini merupakan perubahan dari informasi sebelumnya.

Tindakan yang tidak boleh dilakukan:

- Jangan gunakan kata “genting”, “krisis” dan sejenisnya.
- Jangan memberikan informasi yang berisi asumsi dan dugaan.

- Jangan menggunakan bahasa teknis atau bahasa asing yang sulit dipahami masyarakat awam.
- Jangan menunjukkan bahasa tubuh yang tidak serius apalagi meremehkan situasi dengan bercanda.

RENCANA AKSI

1. Sistem komunikasi risiko

- a. Memastikan bahwa Badan POM pusat dan Balai Besar POM, Balai POM, dan Loka POM di daerah siap untuk melaksanakan strategi komunikasi publik dan mendiseminasi informasi untuk melindungi kesehatan publik dengan cara yang cepat, transparan, dan dapat diakses dengan mudah.
- b. Mengkaji strategi komunikasi publik yang sudah ada dan memastikan apakah perlu penyesuaian.
- c. Menyepakati prosedur pelepasan informasi, seperti alur persetujuan dan produk komunikasi. Usahakan prosedur persetujuan sesingkat mungkin.
- d. Menyiapkan anggaran komunikasi.
- e. Membentuk tim komunikasi dan memastikan peran dan tanggung jawab dari masing-masing anggota tim.

2. Koordinasi internal dan mitra

- a. Identifikasi mitra
 - instansi lain, organisasi, dan komunitas.
 - kontak informasinya, untuk bekerja secara lintas sektoral.
- b. Mengkaji kapasitas komunikasi dari semua mitra, identifikasi sasaran khalayak dan bekerja bersama sebagai tim penanganan lintas sektoral.
- c. Merencanakan dan menyepakati peran dan tanggung jawab komunikasi menggunakan tata laksana (sebagai contoh, instansi mana yang menjadi titik kontak

pertama untuk isu spesifik, mitra mana yang paling relevan dengan sasaran khalayak yang mana, dst.)

3. Komunikasi Publik

- a. Mengidentifikasi para juru bicara pada seluruh tingkat (pusat dan daerah) dan keahlian masing-masing, dan beri pelatihan bila diperlukan.
- b. Susun standar pesan yang digunakan untuk mengumumkan kasus-kasus yang ditemukan, tindakan yang akan dilakukan, himbauan dan komunikasi selanjutnya.
- c. Identifikasi media-media kunci yang digunakan, siapkan daftar jurnalis dan bangun hubungan baik dengan para jurnalis dengan menyediakan informasi berkala mengenai semua perkembangan.
- d. Identifikasi media dan kanal media serta influencers lainnya dan kaji potensi mereka untuk mencapai sasaran khalayak; gunakan kanal influencer yang terpercaya.

4. Pendekatan Terhadap Komunitas

- a. Siapkan metode untuk memahami kekhawatiran, kebiasaan, dan kepercayaan sasaran khalayak.
- b. Identifikasi sasaran khalayak, dan kumpulkan informasi mengenai pengetahuan dan kebiasaan mereka.
- c. Gunakan media sosial, secara proaktif informasikan kepada publik, serta kumpulkan dan jawab semua pertanyaan sesuai kewenangannya.
- d. Identifikasi influencer di komunitas seperti tokoh agama, tokoh masyarakat, organisasi kepemudaan, organisasi agama, dll yang dapat membantu menjangkau komunitas.

5. Menghadapi ketidakpastian dan persepsi serta menanggapi disinformasi

- a. Persiapkan kegiatan komunikasi dengan cermat untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan menjawab kekhawatiran yang ada. Pada saat yang sama berikan himbauan bagaimana masyarakat dapat melindungi diri sendiri dari penyebaran.
- b. Siapkan sistem monitor pembicaraan yang terjadi dan persepsi yang terbentuk di publik, terutama mengenai hoaks dan disinformasi. Salah satu caranya melakukan monitoring isu di media sosial serta dan contact center/ Unit Layanan Pengaduan Konsumen.
- c. Siapkan sistem untuk menanggulangi hoaks dan siapkan daftar *Frequently Asked Questions*.
- d. Usahakan selalu berdialog dengan target khalayak untuk mendapatkan berbagai masukan.

6. Peningkatan Kapasitas

Pertimbangkan pelatihan yang diperlukan oleh berbagai pihak yang terlibat dalam implementasi strategi komunikasi publik, terutama mengenai apa yang sudah dan belum diketahui mengenai COVID-19, prosedur dan rencana penanganan, dan juga kesiapan dalam menangani pandemi.

**SEKRETARIS UTAMA
BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN**



ELIN HERLINA

