PERENCANAAN KOMUNIKASI PROGRAM PASAR AMAN DARI BAHAN BERBAHAYA OLEH BALAI BESAR PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN (BBPOM) DI PEKANBARU (STUDI PADA PASAR LIMA PULUH)

Oleh: Rika Juliana
Pembimbing: Dr. Welly Wirman, S.IP, M.Si
Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Control of the abuse of hazardous substances in food should be carried out in all existing traditional markets. However, there needs to be a priority scale so that control can be carried out in stages. Market identification needs to be done to select target markets where these target markets generally meet the criteria for a healthy market in accordance with Decree of the Minister of Health No. 519/Menkes/SK/VI/2008 concerning Guidelines for Organizing Healthy Markets. Communication planning carried out by the Center for Drug and Food Control (BBPOM) in Pekanbaru is to carry out a safe market program for hazardous materials and then determine who the target audience is, channels and media selection, message design, and monitoring and evaluation selection. This study aims to determine the communication planning for the safe market program for hazardous materials by the BBPOM Drug and Food Supervisory Agency in Pekanbaru 2020.

This study uses a qualitative method with a descriptive approach. There are ten informants taken through the techniquepurvosive. Types and sources of data were obtained through primary data and secondary data. Data collection was carried out by interviews, observation and documentation. Data analysis techniques by reducing data, presenting data and drawing conclusions. Furthermore, checking the validity of the data was carried out by extending participation and triangulation.

The results of this study indicate that the communication planning used by the Food and Drug Supervisory Agency (BBPOM) in Pekanbaru in carrying out the safe market program for hazardous materials is quite effective using the Assifi and Franch communication planning model where the Food and Drug Supervisory Agency determines from the stage the target audience is the market manager, the target fifty market traders, the target fifty market consumers, the goal of the safe market program from hazardous materials is to make the fifty market a market free of hazardous materials. Second, in terms of channel selection and media, BBPOM in Pekanbaru uses interpersonal communication channels, group communication, public communication and small format media where this media selection is felt to be very effective in conveying the objectives of the safe market program for hazardous materials. Third, the messages conveyed in the safe market program for hazardous materials consist of verbal and nonverbal

messages while the nature of the messages consists of informative, persuasive, and educative where the message invites the target to keep the market protected from hazardous materials. Fourth, in terms of monitoring and evaluation, there are two stages in determining the success of the program.

PENDAHULUAN

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Di seluruh Indonesia terdapat sekitar 13.450 pasar tradisional dengan 12.625 juta pedagang yang aktif di dalamnya (Ditjen. Perdagangan Dalam Negeri-Departemen Perdagangan, 2007).

Salah satu pasar yang memiliki kriteria pasar sehat yang bersih, aman dan nyaman adalah pasar Rakyat, Wisata dan Budaya Kecamatan Limapuluh Kota Pekanbaru. Pasar ini merupakan pasar tradisional yang layak untuk dijadikan pasar aman dari bahan berbahaya dalam program Balai Pom. Pasar ini terdiri dari
102 kios baru dan 10 kios lama dengan jumlah pedangan sebanyak 273 orang, dari banyaknya pedagang yang ada dipasar lima puluh hanya 100 sampel yang di uji oleh Balai Pom, ternyata masih ada pangan yang mengandung bahan berbahaya yang dijual oleh pedagang maka dari itu Balai Pom akan memberikan pengawasan dan edukasi kepada pedagang dan konsumen agar semua tahu bahwa bahan berbahaya masih diperjual belikan di pasar lima puluh.

Dari hasil survei dalam pengisian kuesioner penilaian pasar yang dilakukan petugas Balai Pom di Pekanbaru pada pasar lima puluh termasuk Kategori Pasar Baik dengan persentase jumlah jawaban “YA” adalah 81,82% dengan kelayakan lokasi pasar sangat baik, bagunan pasar terpelihara dan bersih, sanitasi sarana (air dan bagunan) umum yang bersih, perilaku hidup bersih dan sehat sudah diterapkan, fasilitas lain seperti tempat penjualan unggas hidup terpisah sudah memenuhi syarat. Berbagai produk pangan, baik pangan segar maupun pangan olahan dengan mudah kita jumpai di pasar tradisional. Kurangnya pengendalian dan pengawasan yang dilakukan menyebabkan masih banyaknya temuan pangan yang mengandung bahan berbahaya seperti Boraks, Formalin, Kuning Metanil (*Methanil Yellow*) dan Rhodamin B di pasar tradisional. Keberadaan pangan yang mengandung bahan berbahaya tersebut tentunya sangat tidak diinginkan karena dapat mengganggu kesehatan konsumen.(Arsip, BBPOM 2020)

Dari hasil Pendataan awal kepada 10 (sepuluh) orang Pedagang Pasar dan Produk yang dijualnya, satu orang pedagang yang diduga menjual Bahan Berbahaya atau produk yang mengandung Bahan Berbahaya adalah bakso ayam, tahu putih, mie kuning, tahu goreng dan kerupuk cabe. Untuk itu perlu dilakukan intervensi atau pendampingan untuk mewujudkan Pasar Rakyat, Wisata dan Budaya Kecamatan Limapuluh Kota Pekanbaru sebagai Pasar Aman dari Bahan Berbahaya.

Pasar aman adalah pasar percontohan yang sudah diintervensi oleh Badan POM, dimana secara periodik dilakukan pengawasan terhadap pangan yang diduga mengandung bahan berbahaya dan dalam periode pengawasan terakhir tidak ditemukan adanya

penyalahgunaan bahan berbahaya dalam pangan. Pasar Rakyat, Wisata dan Budaya Kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru dipilih oleh Balai POM pada tahun 2020 sebagai pasar percontohan dari program pasar aman dari bahan berbahaya. Pasar Rakyat, Wisata dan Budaya Kecamatan Lima Puluh mendapatkan penghargaan sebagai salah satu Nominator dalam lomba pasar percontohan Pasar Aman Berbasis Komunitas tahun 2021, dengan adanya penghargaan yang diberikan dalam program Prioritas Nasional Badan POM sudah terbukti bahwa pasar tradisonal lima puluh menjadi pasar yang layak untuk di jadikan pasar yang sehat dan jauh dari bahan berbahaya. (Arsip BBPOM, 2020)

Dari 10 pasar yang sudah diintervensi oleh Balai POM hanya pasar Lima Puluh yang mendapatkan penghargaan dan masuk dalam kriteria pasar aman dari bahan berbahaya. Penghargaan yang sudah diraih tersebut membuktikan bahwasanya pasar lima puluh telah menjalankan program serta melakukan perencanaan komunikasi dengan cukup baik. Mempertahankan serta membuat penghargaan lanjutan adalah tugas yang tidak mudah. Diperlukannya partisipasi aktif dari seluruh pedagang dan pengelola pasar agar program pasar aman dari bahan berbahaya di pasar lima puluh menjadi pasar sehat yang *sustainable* (berkelanjutan) dapat terwujudkan.

Hal yang perlu diketahui oleh masyarakat selaku konsumen adalah bahwa setiap bahan pangan baik segar maupun olahan, pada dasarnya sangat memungkinkan mengandung residu bahan kimia yang dilarang dan sangat membahayakan kesehatan manusia. Kondisi tersebut semakin di perparah dengan adanya ulah sebagian oknum yang sengaja menjual bahan pangan yang tidak layak dikonsumsi, seperti sayuran dan buah-buahan yang mengandung residu pestisida di atas ambang batas. Residu pestisida dapat berpengaruh terhadap kesehatan apabila dikonsumsi dalam jangka waktu yang panjang seperti menyebabkan kanker, cacat kelahiran dan mengganggu sistem saraf. Anak-anak yang terpapar pestisida beresiko memiliki stamina dan tingkat kecerdasan yang kurang baik. (BPOM RI, 2016).

Dalam kajian ilmu komunikasi, sebuah perencanaan diperlukan dalam manajerial kegiatan "Perencanaan adalah perumusan tujuan usaha, prosedur, metode dan jadwal pelaksanaannya, dalam sebuah perencanaan termasuk didalamnya ramalan tentang kondisi yang akan datang dan perkiraan akibat dari rencana terhadap kondisi tersebut" (dalam Yasir 2011:1) secara sederhana dapat dikatakan bahwa perencanaan pada dasarnya adalah suatu proses, usaha atau tindakan dalam membuat rencana. Perencanaan berorientasi pada masa yang akan datang. Sebuah perencanaan komunikasi dilakukan dengan menelaah mengenai serangkaian tindakan tentang bagaimana suatu kegiatan komunikasi akan atau harus dilakukan agar mencapai perubahan perilaku sesuai dengan apa yang diinginkan.

Perencanaan komunikasi yang baik dapat menentukan efektif tidaknya suatu kegiatan. Untuk penyelanggaraan program Pasar Aman dari Bahan Berbahaya dengan lancar, maka diperlukannya sebuah perencanaan komunikasi yang baik pula oleh Balai POM di Pekanbaru.

Balai POM terlebih dahulu melakukan riset mengenai khalayak, pesan, dan media agar pesan atau maksud dari Balai POM sendiri dapat tersampaikan dengan baik kepada pedagang dan konsumen di Pasar Lima Puluh, sehingga program Pasar aman dapat terlaksanakan. Selain itu pengevaluasian terhadap perencanaan komunikasi sebelumnya juga sangat penting untuk dilakukan, agar yang menjadi kekurangan perencanaan komunikasi dalam program pasar aman dapat diperbaiki lebih baik untuk program pasar selanjutnya. Pengevaluasian disini maksudnya adalah melihat bagaimana efek/ pengaruh dari program terhadap pasar. Apakah program memberikan pengaruh terhadap perubahan sikap/perilaku masyarakat yang ada di pasar menjadi lebih baik.

Program pasar aman ini merupakan isu yang sangat menarik untuk diteliti karena hal ini menyangkut pengawasan kualitas bahan pangan yang diperjual belikan di Pasar tradisional apalagi isu-isu tentang bahan berbahaya yang masih ada dalam bahan pangan yang dijual.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Konseptual

Perencanaan

Perencanaan adalah suatu proses untuk menetapkan ke mana kita harus pergi dengan mengidentifikasi syarat apa yang harus dipenuhi untuk sampai ke tempat tersebut dengan cara yang paling efisien dan efektif, denga kata lain perencanaan sebagai penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai termasuk caracara yang akan digunakan unutk mencapai tujuan tersebut (Keufman, 1972).

Perencanaan Komunikasi

Menurut John Middleton (1978), Perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu di antara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebeani oleh organisasi.

Menurut Robin Mehall perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam pencapaian tujuan, dengan cara apa yang dapat dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi itu ditujukan, dengan peralataan dan dalam jangka waktu berapa lama hal itu bisa tercapai, dan bagaimana cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut.

Tahap Proses Perencanaan Komunikasi

Menurut Dilla (2007:181) menyatakan untuk melakukan sesuatu kegiatan yang diharapkan akan dapat mencapai hasil seperti yang diharapkan hendaklah menggunakan rencana. Dalam bidang komunikasi dikenal perencanaan komunkasi. Perencanaan komunikasi memerlukan beberapa tahapan dalam penerapannya sehingga mencapai sasaran yang dituju, tahap tersebut yaitu :

a. Analisis Khalayak
b.Penentuan Tujuan
c. Pemilihan Media

d. Rancangan Pesan
e. Evaluasi Program

Model Perencanaan Komunikasi Assifi dan Franch

Ada banyak model yang digunakan dalam perencanaan komunikasi, salah satunya model Assifi dan Franch (1982). Model ini kelihatnya sangat sederhana, yakni linear tapi menunjukan tahapan yang sangat runtut dari awal sampai akhir. Dari model perencanaan komunikasi yang dibuat oleh assifi dan franch ini tampaknya tidak jauh beda dengan model-model perencanaan komunikasi sebelumnya. Hanya saja bahwa model yang dibuat oleh assifi lebih rinci dan runtut sampai tahap akhir, yakni monitoring dan evaluasi (Cangara, 2003: 100). Langkah-langkah perencanaan komunikasi model dari Assifi dan Franch (1982) adalah sebagai berikut :

a. Menganalisis Masalah
b. Menganalisis Khalayak
c. Merumuskan Tujuan
d. Memilih Media dan Saluran Komunikasi
e. Mengembangan Pesan
f. Merencanakan Manajemen
g. Merencanakan Monitoring dan Evaluasi

Progran Pasar Aman Dari Bahan Berbahaya

Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang bersifat hakiki sehingga harus terpenuhi setiap saat. Oleh karena itu pangan harus memenuhi beberapa kriteria yaitu: layak dikonsumsi, aman dikonsumsi, bermutu, bergizi, beragam dan harganya terjangkau (Bintoro, 2009). Kriteria tersebut tentunya harus didasarkan pada suatu standar tertentu yang telah disepakati bersama. Dengan terpenuhinya beberapa kriteria tersebut harapan terciptanya suatu sumber daya manusia yang berkualitas akan dapat diwujudkan (Bintoro et al., 2009). Menurut Bintoro, keamanan pangan didefinisikan sebagai kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia dan bahan lain yang dapat mengganggu, merugikan, dan membahayakan kesehatan manusia (Peraturan Pemerintah RI No 28 Tahun 2004).

Program pasar aman dari bahan berbahaya berfokus pada kesehatan masyarakat untuk menjaga hidup bersih dan sehat dengan melakukan pengawasan di pasar-pasar tradisional yang ada di Indonesia. Pada program ini Balai Besar POM di Pekanbaru juga ingin masyarakat di pekanbaru mengerti bahan yang berbahaya untuk dikonsumsi oleh keluraga harus di hindari dengan mengetahui pangan mana yang baik untuk dibeli dipasar, Karena pada dasarnya konsumen lah yang paling dirugikan apaabila berbelanja dipasar tidak memperhatikan kesehatan pangan yang dibeli. Program ini bertujuan untuk memberdayakan komunitas pasar untuk dapat melakukan pengawasan bahan berbahaya termasuk pangan yang berpotensi mengandung bahan berbahaya secara mandiri dan berkesinambungan.

Adapun tahapan-tahapan dalam pelaksanaan kegiatan program pasar aman dari bahan berbahaya sampai ketahap evaluasi dapat dilihat pada table berikut:

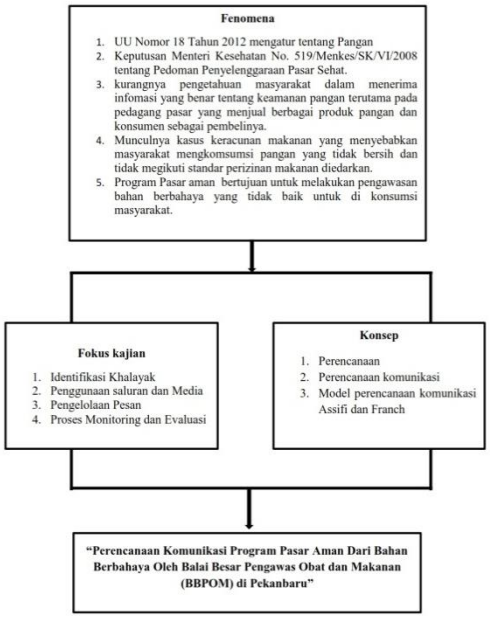
Table 1 Tahapan Kegiatan Program Pasar

No	Tahapan Program Pasar Aman dari Bahan Berbahaya
1.	Survei Pasar
2.	Forum Advokasi
3.	Bimbingan Teknis
4.	Monitoring dan Evaluasi Tahap I
5.	Kampanye Pasar
6.	Penyuluhan Pedangan Pasar
7.	Monitoring dan Evaluasi Tahap II

Sumber : (Olahan Peneliti 2023)

Kerangka Pemikiran

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Sumber : (Olahan Peneliti 2023)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif, yaitu upaya untuk mencari pemecehanan masalah dengan menggambarkan peristiwa-peristiwa berdasarkan fakta atau bukti yang ada (Nawawi, 2003:63). Dalam penelitian kualitatif dilakukan pengumpulan data yang dibutuhkan. Setelah data-data tersebut dikumpulkan maka peneliti menganalisa berdasarkan fakta-fakta yang tampak.

Peneliti menggunakan metode ini karena untuk mengetahui dan mendeskripsikan perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh BBPOM dalam tugasnya untuk membangun suatu inovasi program pasar aman dari bahan berbahaya di kota Pekanbaru.

Lokasi penelitian dilakukan di kantor Balai Besar pengawas obat dan makanan (BBPOM) di Pekanbaru yang berlokasi di Jalan Diponogoro nomor 10, Kota Pekanbaru.

Teknik pengambilan informan pada penelitian ini ialah menggunakan *purposive*, dimana pemilihan informan dalam penelitian ini ditentukan secara sengaja. Subjek penelitian dapat berupa benda, hal atau orang.

Pada penelitian ini objek yang akan diteliti yaitu peneliti ingin melihat bagaimana proses komunikasi dari tahapan perencanaan komunikasi yang ada saat program pasar aman dari bahan berbahaya berlangsung.

Data dalam penelitian kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata, kalimat-kalimat, atau narasi-narasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Sasaran Komunikasi oleh Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) di Pekanbaru dalam program pasar aman dari bahan berbahaya

Salah satu perencanaan komunikasi yang dilakukan dalam melaksanakan program pasar aman dari bahan berbahaya adalah penentuan khalayak atau sasarannya. Balai Besar POM melakukan pemeberitahuan terhadap sasaran

khalayak demi menjalankan program pasar aman dari bahan berbahaya. Penentuan khalayak lebih difokuskan kepada tujuan dari program yang dijalankan. Tujuan dari program ini adalah menjadikan pasar yang diintervensi menjadi pasar bebas dari bahan berbahaya dan cemaran biologi. Program ini juga bertujuan untuk merubah pola hidup dan pola pikir masyarakat terhadap perilaku masyarakat tentang kesehatan pangan menjadi lebih baik lagi. Dalam menentukan siapa yang menjadi sasaran Balai Besar POM setiap tahunnya mereka membentuk dulu forum advokasi dimana forum ini menentukan pasar mana yang akan di intervensi dan barulah bisa menentukan siapa yang menjadi sasaran dan target Balai POM dalam program pasar aman dari bahan berbahaya.

Dari hasil wawancara di atas analisis lokasi sasaran yang mereka laksanakan itu mengikuti dari keputusan dari pemerintah di dalam forum advokasi, maka terpilihlah pasar sehat yang mendekati itu adalah pasar lima puluh di kota pekanbaru. Maka oleh sebab itu yang menjadi khalayak utama dalam program ini adalah masyarakat yang ada di pasar lima puluh yang akan menjalankan program.

1. Sasaran pemerintah

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa sasaran komunikasi Balai Besar POM dalam mendukung program pasar mana dari bahan berbahaya dari segi administrasi adalah jajaran pemerintah daerah kota Pekanbaru serta dinas terkait. Komunikasi dengan pihak pemerintah ini dilakukan secara terus menerus sehingga kerjasama Balai Besar POM dengan pihak pemerintah terkait program pasar aman dari bahan berbahaya tetap berlanjut kedepannya.

2. Sasaran pedagang pasar lima puluh

Dalam pelaksanaan program ini pihak pengelola pasar sangat berperan penting dalam melakukan interaksi dengan pedagang, apalagi pada kegiatan pembelian sample dan pengujian sample. Pegelola pasar sangat terlibat dari kegiatan awal sampai akhir. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara beberapa pihak terlibat dalam menjalankan program sebagai berikut :

> “pengelola pasar yang sudah di bimtek mereka sudah tau dan mereka akan melaksakanan sampling dan pengujian di kegiatan evaluasi tahap 1 dan tahap 2 mereka membeli sample sambil melakukan edukasi dan pengujian jadi ditahapan-tahapan penyuluhan dan kampanye mereka juga dilibatkan” (Hasil Wawancara sonya annisa, 4 september 2022)

3. Sasaran konsumen pasar lima puluh

Program pasar aman dari bahan berbahaya memang sasarannya adalah seluruh masyarakat yang ada dipasar lima puluh tetapi petugas Balai POM lebih mengutamakan kepada pedagang yang berjualan di pasar lima puluh. Penentuan khalayak utama bisa dilakukan sesuai dengan program pendukung yang dilakukan, contoh lain untuk kegiatan penyuluhan pedagang yang dilakukan Balai POM lebih mengutamakan untuk pedagang. Untuk kegiatan kampanye biasanya keseluruhan yang ada di pasar lima

puluh baik ibu rumah tangga, pedagang, , remaja yang ada dipasar lima puluh yang menjadi konsumen. Oleh sebab itu, khalayak untuk keseluruhan dituju bagi kepentingan masyarakat sesuai dengan kebutuhan dan maksud dari program pendukung dibuat.

Perencanaan Pemilihan Saluran dan Media Komunikasi oleh Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) di Pekanbaru dalam Program Pasar Aman Dari Bahan Berbahaya

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, media social yang paling dominan digunakan oleh BBPOM dalam menyebarkan pesan adalah media social instagram. Instagram ini aktif digunakan BBPOM untuk menyebarkan informasi mengenai produk yang mengandung bahan berbahaya, izin edar produk, kegiatan BBPOM, program nasional dan tentang pasar aman dari bahan berbahaya. Instagram merupakan salah satu media social popular yang banyak digunakana saat ini dari berbagai kalangan manapun baik itu anak muda maupun orang tua. Hal inilah yang dimanfaatkan BBPOM untuk memperluas informasi terkait kesehatan dan sekaligus mengajak masyarakat Riau untuk mengikuti instagram BBPOM karena disana ada banyak berbagai informasi yang dibutuhkan.

Instagram ini dimanfaatkan BBPOM untuk memposting foto dan video mulai dari kegiatan berbagai program, kesehatan pangan, izin edar produk, pelayanan BBPOM, dll. Akun instagram BBPOM yaitu @bpom.pekanbaru mendapat respon yang cukup baik dari masyarakat Riau khusunya Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat dari jumlah *followers* akun @bpom.pekanbaru yang hingga saat ini sudah mencapai 6.202 *followers*. Selain *official account* milik sendiri, BBPOM juga melakukan kerja sama dengan *official account instagram* BPOM lainnya dengan beberapa *followers* besar dan popular yang ada di Indonesia.

Wawancara dilakukan oleh penulis di Kantor pengelola pasar lima puluh dalam menentukan media sosialisasi program yang menggunakan beberapa media komunikasi untuk menginformasikan dan mensosialisasikan program pasar aman dari bahan berbahaya. Media yang digunakan diantaranya media berupa leaflet, poster, banner, spanduk dan media penyampaian pesannya secara tatap muka yang dirasa sangat efektif dalam penyebaran informasi yang disampaikan oleh Balai POM dan rekap kegiatan di posting di media social dan media online milik BBPOM di Pekanbaru.

Perencanaan Pesan Komunikasi oleh Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) Di Pekanbaru Dalam Program Pasar Aman Dari Bahan Berbahaya

Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa dalam perencanaan program ada orang-orang atau bagian-bagian yang bertugas melakukan komunikasi dengan sasaran komunikasi tertentu. Seperti komunikasi dengan pengelola pihak pasar dilakukan secara langsung. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati bahwa Petugas Balai POM dalam menyampaikan pesan mengenai program pasar aman dari bahan berbahaya menggunakan perencanaan bentuk pesan dan sifat

pesan. Bentuk pesan yang digunakan Petugas Balai POM terdiri atas pesan verbal dan non verbal. Sedangkan sifat pesannya adalah bersifat informatif, persuasif dan edukatif.

a. Pesan verbal

Hasil wawancara menunjukan bahwa penyampaian BBPOM sangat efektif karena Pesan secara lisan disampaikan oleh BBPOM secara tatap muka langsung dalam agenda pertemuan dengan pedagang, konsumen dan petugas pasar sedangkan pesan secara tulisan disampaikan menggunakan leaflet, spanduk, brosur dan poster.

b. Pesan Non Verbal

1. Pesan informatif (*informative communication)*

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa dalam penyampaian pesan mengenai program pasar aman dari bahan berbahaya ini adalah dengan cara menyampaikan pesan yang berisi informasi seputar bahan-bahan berbahaya dalam pangan sehingga khalayak mengetahui dan mengenal tentang apa itu pasar aman dan kegiatannya apa saja yang dilakukan dalam program pasar aman dari bahan berbahaya ini. Selain itu juga disampaikan mengenai segala yang berkaitan dengan hygiene dan sanitasi pasar dan pengelolaan pasar rakyat.

2. Pesan Persuasif *(persuasive communication)*

Berdasarkan wawancara dijelaskan bahwa dalam menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran, BBPOM didukung dengan data, foto dan video tentang kondisi sebenarnya yang ada di pasar lima puluh seperti bangunan pasarnya mulai ada yang rusak, fasilitas pasar yang kurang, jumlah pedagang yang berkurang akibat Covid-19. Data dan foto-foto tersebut dilampirkan pada laporan tahunan BBPOM. Selain menyamapikan tentang fakta yang terjadi dilapangan BBPOM juga menyampaikan tentang bagaimana menjaga kebersihan pasar sehingga nantinya pedagang dan pengelola pasar bisa bekerjasama menjaga pasar lima puluh menjadi pasar yang bersih, bagus dan pasar yang bebas dari bahan berbahaya.

c. Pesan Edukatif

Dalam menyampaikan informasi penting untuk mengetahui latar belakang khalayak sasaran yang akan diberikan informasi agar nantinya mereka paham tentang materi yang disampaikan, latar belakang disini yaitu adalah pendidikan ataupun daerah tempat tinggal pedagang itu sendiri.

Untuk masyarakat yang latar belakang pendidikannya masih kurang, informasi harus disampaikan dengan sederhana agar mudah dipahami karena untuk merubah pola pikir masyarakat tidak mudah seperti yang disampaikan pengelola pasar berikut:

Pesan dapat dikatakan efektif apabila penyampaian pesan di terima dan mendapatkan *feedback* dengan baik. Dalam menjalankan program pasar aman dari bahan berahaya, petugas Balai Besar POM di Pekanbaru juga menjalin hubungan yang baik dengan pengelola pasar. Penyampaian pesan ke pengelola pasar atau lingkungan pasar lima puluh dilakukan dengan diskusi bersama dan melakukan kerjasama demi pasar lima puluh agar terwujudnya pasar yang aman dari bahan berbahaya.

Perencanaan Monitoring dan Evaluasi Komunikasi oleh Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) di Pekanbaru dalam Program Pasar Aman dari Bahan Berbahaya

Dari seluruh hasil tahapan program pasar aman dari bahan berbahaya di pasar lima puluh ini berhasil dilakukan, ada beberapa evaluasi yang dilihat dalam menentukan keberhasilan program ini yaitu dari segi menentukan khalayak sasarannya dirasa sudah cukup tepat pada pemerintah dan pedagangnya tetapi kurang tepat untuk konsumennya karena dalam menentukan khalayak ini konsumen hanya diberikan 1 kegiatan yang fokusnya hanya edukasi

Pada tahapan penyampaian pesan ini berfokus memberikan edukasi dan penyuluhan kepada pedagang karena sasaran utama BBPOM adalah pedagang yang menjual berbagai pangan yang diduga mengandung bahan berbahaya, untuk konsumen hanya memberikan edukasi disaat kampanye pasar yang mana kita tahu bahwa konsumen tidak setiap hari pergi kepasar dan saat bbpom memberikan edukasi tidak menyeluruh konsumen tahu tentang program ini. jadi BBPOM hanya meninggalkan leaflet dan poster yang mana ini akan dibagikan dan di tempelkan di pasar lima puluh oleh pengelola pasar lima puluh, dan berharapnya konsumen dapat membaca informasi tersebut.

Di dalam evaluasi program juga terdapat evaluasi media dan pesannya. evaluasi media dan pesan dilakukan guna melihat tingkat keefektifan dari pesan yang disampaikan serta media yang digunakan. Dalam evaluasi media nantinya BBPOM akan melihat apakah media yang digunakan telah tepat dan efektif untuk digunakan. Apabila pesan atau media tersebut tidak tepat untuk digunakan, maka aka nada perbaikan untuk perencanaan berikutnya dalam bentuk pesan atau media yang digunakan dalam program selanjutnya.

Sedangkan untuk evaluasi pesan sendiri bertujuan untuk melihat apakah pesan yang disampaikan telah sesuai dengan tujuan awal atau belum. Apakah pesan tersebut gampang untuk dipahami oleh khalayaknya. Dan apakah pesan-pesan yang disampaikan kepada masyarakat dapat merubah perilaku dan pola pikir masyarakat itu sendiri. khalayak sasaran yang dipilih BBPOM sudah mengerti apa maksud dari pesan yang sudah disampaikan dari tahap awal hingga akhir dengan menunjukan hasil yaitu tidak ada lagi bahan-bahan berbahaya yang diperjual belikan di pasar lima puluh.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, penggunaan media oleh bbpom sudah efektif walaupun masih belum maksimal digunakan. Dilihat dari model komunikasi perencanaan Assifi dan French pada tahun 1992 dalam model ini menjelaskan beberapa media yang digunakan dalam melakukan perencanaan komunikasi. Dalam hal ini peneliti menemukan beberapa saluran dan media komunikasi yang digunakan oleh BBPOM dalam menyampaikan pesan mengenai program ini kepada khalayak sasaran. Pengunaan beberapa saluran dan media komunikasi ini dilakukan BBPOM agar semua khalayak sasaran dapat memperoleh pesan mengenai program pasar aman dari bahan berbahaya. Karena tidak mungkin

menjangkau seluruh sasaran hanya menggunakan satu media saja, dibutuhkan saluran dan media pendukung lainnya.

Dalam model Assifi dan French juga dijelaskan dalam merancang pesan, komunikator juga harus mempertimbangkan mengenai sifat-sifat pesan. Pesan yang berifat informatif disampaikan oleh Petugas BBPOM yang berkaitan dengan informasi mengenai program pasar aman dari bahan berbahaya dan tujuan program tersebut. Sedangkan dalam penyampaian pesan yang bersifat persuasif, Petugas BBPOM menggunakan kata-kata yang menarik dan diselipkan kata-kata persuasif atau mengajak untuk mempengaruhi sasaran, dan terakhir pesan yang disampaikan juga bersifat edukatif pesan mengenai pentingnya mengkonsumsi makanan yang sehat dan menghindari makanan yang mengandung bahan berbahaya.

Kegiatan monitoring dan evaluasi sangat melekat pada perencanaan komunikasi. Evaluasi merupakan metode pengkajian dan penilain keberhasilan kegiatan komunikasi yang telah dilakukan dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya. Monitoring dan evaluasi dilakukan dalam rangka mengukur sejauh mana keberhasilan suatu program komunikasi (Cangara,2013:148).

Balai Besar POM di Pekanbaru selalu melakukan monitoring dan evaluasi setelah kegiatan program pasar aman dilakukan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apa saja kekurangan dan kesalahan dalam segi perencanaan dan proses program berlangsung. Monitoring dan Evaluasi ini dilakukan dalam 2 tahap yaitu tahap pertama merupakan tahap yang mengumpulkan 50 sampel yang diuji apabila mengandung bahan berbahaya maka akan diberikan peyuluhan langsung dan apabila pedagang yang sudah diberikan penyuluhan masih menjual bahan berbahaya pada dagangannya maka akan diberikan sanksi surat peringatan dari dinas perdagangan dan perindustrian dan si pedagang membuat surat pernyataan untuk tidak menjual bahan berbahaya lagi.

Peneliti hanya mengambil 4 konsep dari model perencanaan komunikasi Assifi dan French yaitu menganalisis khalayak, menentukan media yang tepat, mengembangkan pesan, dan juga proses evaluasi. Berdasarkan hasil penelitian model komunikasi Assifi dan French sejalan dengan perencanaan yang dilakukan oleh BBPOM dalam melaksanakan program pasar aman dari bahan berbahaya diantaranya adalah : Perencanaan sasaran komunikasi yang peneliti dapatkan bahwasanya petugas BBPOM melihat tingkat pasar yang mana yang layak untuk dijadikan sasaran dan lokasi tujuan yang tepat untuk program pasar aman dari bahan berbahaya. Pasar yang akan dipilih adalah pasar sehat atau pasar yang dikelola oleh dinas setempat. Pada program pasar aman dari bahan berbahaya tahun 2020 di pilihlah pasar lima puluh yang menjadi lokasi dari program BBPOM ini dengan sasarannya adalah, pengelola pasar lima puluh, pedagang pasar lima puluh, dan konsumen yang berbelanja di pasar lima puluh.

Kedua adalah media, disini Pemilihan media yang tepat merupakan salah satu factor agar pesan dapat disebarkan secara luas. Media yang digunakan Balai POM dalam menyampaikan pesannya kepada masyarakat di lokasi pasar lima puluh disesuaikan berdasarkan kebutuhan dan kepentingan program pasar aman dari bahan berbahaya.

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan ada beberapa media yang digunakan Balai POM dalam menyebarkan pesannya kepada sasarannya. Saluran dan Media yang digunakan dalam menyampaikan pesan terdiri dari komuniaksi antarpribadi, kelompok, public, format kecil, leaflet, poster, banner dan alat media nya menggunakan pengeras suara, media online dan social media dengan menggunakan beberapa media diatas maka pesan yang disampaikan kepada masyarakat dapat tersampaikan dengan baik.

Ketiga adalah Pesan, penyampaian pesan yang sangat tepat dapat membuat komunikasi lebih efektif. Dalam program ini informasi/ pesan yang disampaikan oleh Balai POM di Pekanbaru kepada sasarannya lebih banyak mengenai program pasar aman dari bahan berbahaya atau bagaimana hidup sehat, mengenali bahan- bahan yang mengandung bahan berbahaya, kebersihan pangan, gizi pangan dan menjaga sanitasi jualannya. BBPOM dalam menyampaikan pesan mengenai program pasar aman dari bahan berbahaya menggunakan perencanaan bentuk pesan secara verbal dan nonverbal, dan sifat pesan yaitu informatif, persuasif dan edukasif. Dalam penyampaian pesan Petugas Balai besar POM menggunakan bahasa atau cara penyampaian yang gampang untuk dipahami oleh masyarakat, karena informasi biasanya lebih bersifat universal atau umum dan untuk semua khalangan masyarakat.

Dan yang keempat adalah Monitoring dan Evaluasi, evaluasi disini mengukur tingkat keberhasilan dari program yang telah dilakukan sebelumnya. Apakah program tersebut telah memberikan efek yang positif bagi masyarakat itu sendiri, karena tujuan awalnya pembentukan program ini adalah untuk merubah pola hidup menjadi lebih baik, maka bentuk perubahan-perubahan perilaku masyarakat yang menjadi lebih baik membuktikan program berjalan dengan baik. Monitoring dan evaluasi program pasar aman dilakukan dalam dua tahap yaitu tahap pertama menguji 50 sample pedagang (45 sample pengujian kimia dan 5 sample pengujian mikrobiologi) dari 45 sample yang diuji terdapat 3 sample positif boraks. Dari 5 sampel yang diuji mikrobiologi, 4 sampel diantaranya positif mengandung E.Coli dan Coliform Tahap kedua menguji 50 sample yang berbeda (45 sample pengujian kimia dan 5 sample pengujian mikrobiologi) dari 45 sample uji kimia terdapat 6 sample positif boraks dan 1 sample positif *rhodanim B.* Dari 5 sampel yang diuji mikrobiologi, 4 sampel diantaranya positif mengandung E.Coli dan Coliform.Dari hasil monev tersebut diketahui bahwa monev tahap 2 lebih banyak mengandung bahan berbahaya hal ini dikarenakan jumlah sampel yang diuji hanya 50 sampel pertahap karena masih era pandemic covid-19 dan kelemahan pengambilan sampel diambil sampling (acak) sesuai petunjuk teknis sampling.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, penulis akhirnya menarik kesimpulan dari penelitian mengenai Perencanaan Komunikasi Program Pasar Aman dari Bahan Berbahaya oleh Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) di Pekanbaru sebagai berikut :

1. Aspek perencanaan sasaran komunikasi oleh Balai Besar POM di Pekanbaru terdiri atas tiga kelompok sasaran yakni sasarannya kepada pihak pengelola pasar yaitu pihak dinas yang bertugas mengurus pasar lima puluh., Sasaran pedagang pasar Lima Puluh,sasaran konsumen yang berbelanja di pasar lima puluh. Dalam hal ini sasaran utama program pasar aman dari bahan berbahaya adalah pedagang karena pedagang menentukan hasil dari program pasar aman dari bahan berbahaya, jika pedagang tidak lagi menjual bahan makanan berbahaya maka program ini sudah terlaksana dengan baik.
2. Aspek perencanaan saluran dan media komunikasi dalam proses penyampaian program pasar aman dari bahan berbahaya dapat diketahui media yang dominan digunakan adalah media secara langsung tatap muka dengan membagikan poster, leaflet, banner, spanduk dibantu dengan pengeras suara pada saat penyuluhan dan kampanye pasar. Pada program pasar aman dari bahan berbahaya ini dalam menggunakan medianya hanya media online dan media social yang memposting kegiatan program pasar aman dari bahan berbahaya.
3. Aspek perencanaan pesan dapat diketahui Balai Besar POM dalam menyampaikan pesan mengenai program pasar aman dari bahan berbahaya menggunakan perencanaan bentuk pesan dan sifat pesan. Bentuk pesan terdiri dari pesan verbal dan didukung dengan pesan nonverbal. Pesan-pesan yang disampaikan tersebut juga bersifat informatif, persuasif, dan edukatif yang berupa pesan ajakan agar khalayak ikut serta berkontribusi dalam program pasar aman dari bahan berbahaya dan pesan-pesan tersebut didukung dengan poster, leaflet, spanduk, banner, celemek sehingga khalayak sasaran yang menerima pesan tersebut tersentuh hatinya untuk menerapkan perilaku hidup bersih dan sehat dengan menghindari bahan-bahan yang mengandung bahan berbahaya.
4. Aspek monitoring dan evaluasi dapat diketahui bahwa monitoring dan evaluasi dilakukan Balai Besar POM dalam dua tahap. Proses monitoring dan evaluasi ini berjalan dengan baik karena tidak ada lagi ditemukannya pangan yang mengandung bahan berbahaya di pasar lima puluh.

Saran

1. Dalam penentuan sasaran program pasar aman dari bahan berbahaya petugas Balai Pom juga harus memfokuskan kepada konsumen karena masih ada konsumen yang belum tau program balai besar pom pernah diadakan di pasar lima puluh.
2. Dalam penggunaan media balai besar POM juga sebaiknya ada menginformasikan dan memberikan *website* resmi Balai POM sebagai pusat informasi dan komunikasi bagi pedagang dan konsumen.
3. Dalam penyampaian pesan mengenai program pasar aman dari bahan berbahaya diharapkan bisa lebih menggunakan kata-kata atau kalimat yang dapat menyentuh hati khalayak sasaran untuk lebih peduli terhadap kebersihan dan informasi

mengenai kesehatan pangan untuk berpartisipasi lagi dalam program pasar aman dari bahan berbahaya.

4. Hasil monitoring dan evaluasi yang dilakukan balai pom dan pengelola pasar diharapkan untuk tetap ditindaklanjuti sehingga program pasar aman dari bahan berbahaya tetap berjalan dan memberikan dampak postif bagi pedagang yang berjualan di pasar lima puluh.
5. Bagi peneliti yang akan datang, penulis menyarankan untuk dapat mengembangan penelitian baik melalui pengembangan saluran dan media yang sekiranya memiliki fenomena yang layak untuk diteliti sesuai dengan program yang dipilih.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Arikunto, Suharsimi. 2005. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan dan Praktik*. Jakarta: Rinekap Citra.

Bungin, Burhan. 2006. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada

Cangara, Hafied. 2017. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rajawali Pers

Cutlip, Scott M,dkk. 2009. *Effective Public Relations. Jakarta: Kencana Pernada* Media Group Durianto

Darmadi, dkk. 2003. Inovasi Pasar dengan Iklan Efektif. Jakarta: Cetakan Gramedia Pustaka

Dilla Sumadi. 2007. *Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Effendy, Onong uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Herman Malano. 2011. *Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kecil*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Kriyantono, Rahmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup