

Strategi Komunikasi Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Infeksi Baru/Berulang dan Zoonosis Tertarget Dengan Pendekatan *One Health*



Strategi Komunikasi Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Infeksi Baru/Berulang dan Zoonosis Tertarget Dengan Pendekatan *One Health*

Kementerian Pertanian

2019

Kata Pengantar

Direktur Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan
Kementerian Pertanian, Republik Indonesia

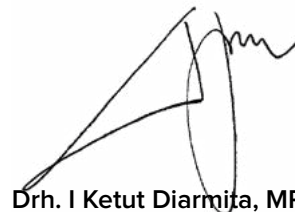
Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkah dan hidayah Nya, sehingga “Buku Panduan Strategi Komunikasi Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Infeksi Baru/Berulang dan Zoonosis Tertarget dengan Pendekatan *One Health*” ini berhasil disusun dan dicetak. Strategi komunikasi ini disusun sebagai panduan berkomunikasi dalam upaya mencegah dan mengendalikan Penyakit Infeksi Baru (PIB) dan zoonosis tertarget dengan pendekatan *One Health*.

Cakupan strategi komunikasi ini meliputi strategi sebelum kejadian luar biasa (KLB)/wabah (*mitigation and preparedness*), saat KLB/wabah (*response*) dan setelah KLB/wabah (*recovery/monitoring and evaluation*). Pembelajaran dari penanganan kasus-kasus wabah sebelumnya, proses komunikasi dipandang sebagai salah satu aspek yang sangat penting terutama dalam melakukan koordinasi dan komunikasi dengan pemangku kepentingan dalam melaksanakan peran dan tanggung jawabnya secara sinergi diantara sektor. Strategi ini disusun untuk dapat digunakan oleh orang-orang yang bertanggung jawab, secara langsung ataupun tidak langsung, baik komunikasi secara vertikal dan horizontal sebelum, pada saat, dan setelah KLB/wabah yang berhubungan dengan kejadian PIB dan zoonosis tertarget.

Dokumen ini terdiri dari tiga bagian strategi utama yang meliputi strategi pesan atau narasi, strategi audiens dan pemilihan kanal/media, dan strategi implementasi (rencana aksi). Strategi pesan menjelaskan konten atau narasi apa yang perlu disampaikan untuk membangun kepercayaan dan melakukan intervensi komunikasi dalam pencegahan dan pengendalian PIB dan zoonosis tertarget. Pemilihan kanal atau media untuk menyebarluaskan pesan ditentukan oleh siapa pemangku kepentingan atau khalayak sasaran yang akan dituju, serta apa kebutuhan mereka terkait komunikasi isu PIB dan zoonosis tertarget. Rencana aksi atau strategi implementasi memaparkan prinsip dan cara-cara yang dapat dilakukan untuk memperoleh dukungan pemangku kepentingan dan audiens untuk terlibat dalam pencegahan dan pengendalian PIB dan zoonosis tertarget dengan pendekatan *One Health*.

Strategi komunikasi ini disusun dengan harapan dapat dijadikan panduan dan perangkat komunikasi yang dapat menjadi referensi dalam pelaksanaan strategi komunikasi, mulai dari tips untuk juru bicara, format dan template siaran pers, daftar pertanyaan dan jawaban, tips mengatasi pertanyaan sulit, formulir permintaan informasi, serta pemetaan pemangku kepentingan untuk menentukan prioritas dan strategi *engagement* kepada berbagai kelompok pemangku kepentingan.

Jakarta, Januari 2019



Drh. I Ketut Diarmita, MP.

Sambutan

Asisten Deputi Pencegahan dan Penanggulangan Penyakit,

Deputi Bidang Koordinasi Peningkatan Kesehatan

Kementerian Koordinator Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, Republik Indonesia

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Pertama-tama saya ucapkan selamat kepada tim penyusun yang telah menyelesaikan buku panduan strategi komunikasi secara kolaborasi dengan melibatkan berbagai *stakeholder* di tingkat nasional dan daerah. Buku ini dapat menjadi panduan bagi lintas sektor dalam melaksanakan antisipasi dan penanggulangan zoonosis dan penyakit infeksi baru di masa mendatang. Komunikasi menjadi bagian penting yang menentukan keberhasilan pelaksanaan yang digunakan di setiap tahapan sejak perencanaan, pelaksanaan hingga hasil. Dokumen strategi komunikasi ini telah disinkronkan dengan buku pedoman koordinasi lintas sektor menghadapi KLB/Wabah zoonosis dan penyakit infeksi emerging (baru) sehingga saling melengkapi.

Segala upaya yang telah dilakukan untuk menyusun buku ini dengan melibatkan berbagai latar belakang disiplin tentu tidaklah mudah, namun tim penyusun membuktikan mampu bekerjasama dan menyelesaikan sebuah dokumen acuan. Dengan adanya buku ini diharapkan komunikasi lintas sektor menjadi lebih baik dan advokasi kepada pengambil kebijakan dan pemangku kepentingan terkait zoonosis dan penyakit infeksi baru menjadi lebih terarah. Akhir kata saya sampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mencurahkan pemikiran, waktu dan sumberdaya lain dalam proses penyusunan buku ini.

Tidak lupa kepada kolega di Kementerian dan Lembaga, saya berpesan agar dapat mengimplementasikan strategi komunikasi ini sehingga apa yang sudah disusun dapat terimplementasi.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh,



Drg. Naalih Kelsum, MPH

Direktur Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Tular Vektor dan Zoonotik
Direktorat Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit,
Kementerian Kesehatan, Republik Indonesia

Interaksi antara hewan dan manusia bukan suatu fenomena yang baru. Namun cakupan luas dan dampak dari interaksi tersebut telah menimbulkan masalah dalam kesehatan masyarakat yang dikenal dengan istilah zoonosis. Zoonosis merupakan penyakit yang berasal dari hewan yang bisa menginfeksi manusia. Infeksi zoonosis tersebut menimbulkan banyak penyakit infeksi yang baru muncul atau pun berulang (PIB).

Indonesia sebagai negara dengan keberagaman jenis fauna, menjadi negara yang rentan dengan ancaman zoonosis dan PIB. Hal ini merupakan masalah yang serius, dimana diperlukan deteksi dan respon cepat dari masalah kesehatan yang terjadi sebagai elemen untuk penanggulangan Kejadian Luar Biasa/wabah penyakit PIB dan zoonosis tertarget. Salah satu strategi yang dikembangkan adalah dengan menerapkan strategi komunikasi dengan pendekatan *One Health* yang mencakup berbagai proses komunikasi dalam tahapan situasi

KLB/wabah yang melibatkan lintas sektor dan masyarakat luas.

Kami menyambut baik atas terbitnya Pedoman “Strategi Komunikasi Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Infeksi Baru/Berulang dan Zoonosis Tertarget dengan Pendekatan *One Health*”. Dan menyampaikan penghargaan kepada tim penyusun yang terdiri dari perwakilan Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, Kementerian Pertanian, Kementerian Kesehatan, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, FAO ECTAD Indonesia serta stakeholder terkait.

Selanjutnya diharapkan pedoman ini dapat digunakan dalam mengkomunikasikan KLB/wabah secara efektif dan efisien, sehingga dihasilkan kesepakatan bagi pemangku kepentingan dalam mengambil keputusan untuk mencegah dan mengendalikan KLB/wabah penyakit zoonosis dan PIB.

Salam,



dr. Siti Nadia Tarmizi, M.Epid.

Direktur Konservasi Keanekaragaman Hayati, Ditjen KSDAE
Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Republik Indonesia

Kesehatan satwa liar menjadi salah satu unsur penting yang tidak bisa diabaikan dalam upaya pencegahan dan pengendalian Penyakit Infeksi Baru (PIB) dan Zoonosis Tertarget. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa kemunculan PIB dan Zoonosis diketahui bersumber dari satwa liar. Satwa liar memiliki peran sebagai *reservoir* utama beberapa penyebaran penyakit zoonotik pada manusia dan hewan domestik (Kruse *et al.* 2004). Selanjutnya dalam penanganan dan pengendalian penyakit tersebut, diperlukan mekanisme penanganan terintegrasi antara lain termasuk komunikasi antar para pihak terkait pencegahan dan pengendalian Penyakit Infeksi Baru (PIB) dan Zoonosis.

Atas dasar tersebut, kami menyambut baik atas terbitnya buku “Strategi Komunikasi Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Infeksi Baru/Berulang dan Zoonosis Tertarget dengan Pendekatan *One Health*” dan memberikan apresiasi yang setinggi tingginya kepada seluruh tim penyusun yang terdiri dari Kementerian Koordinasi Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, Kementerian Pertanian,

Kementerian Kesehatan, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, FAO ECTAD Indonesia serta *stakeholder* terkait lainnya.

Kami berharap dengan adanya buku pedoman Strategi Komunikasi Pencegahan Dan Pengendalian Penyakit Infeksi Baru (PIB) dan Zoonosis Tertarget Dengan Pendekatan *One Health* ini akan memberi manfaat bagi kami dalam kegiatan pencegahan dan pengendalian penyakit bersumber dari satwa liar. Buku pedoman ini akan menjadi acuan atau pegangan bagi para petugas dan pengambil kebijakan mulai dari level tapak (BKSDA dan Taman Nasional) dalam menerapkan strategi komunikasi untuk menentukan prioritas dan strategi *engagement* kepada berbagai kelompok pemangku kepentingan, sebagaimana tertuang dalam pedoman.

Semoga dengan komunikasi yang efektif dan sistematis, pencegahan dan pengendalian PIB dan Zoonosis bersumber satwa liar dapat diatasi dan kehidupan lestari satwa liar dapat terwujud.

Salam lestari,



Drh. Indra Exploitasia, M.Si.

Tim Penyusun

Strategi Komunikasi ini tersusun atas partisipasi dan kontribusi dari para peserta lokakarya dan pertemuan yang diadakan selama periode 2016-2018 sebagai berikut (*berdasarkan urutan abjad*):

- A. Abdul Manaf
- A. Djauhari
- Abrar
- Adi Susilo
- Adrian Permana Putra
- Afiany Rifdania
- Agustinus Edi Sukarno
- Ahmad Mike A.
- Andi Misralena
- Andria Widyastuti
- Arif Hukmi
- Arselia Kartika Sari
- Arthur R. Tooy
- Aryani Gumelar
- Asfri Rangkuti
- Aspul Anwar
- Aulia Arriani
- Ayunita Khairunnissa
- Bambang H.
- Boethdy Angkasa
- Catur Agyl
- Cut Desna Aptriana
- Dedi Candra
- Dendy S. Hariyadi
- Dewi Pratamasari
- Diah Ayu P.
- Dinas Augustina
- Eka Nurmala Sari
- Endang Farida Hardiyani
- Endang Winarni
- Endi Aris
- Etty Wuryaningsih
- Fadjar Sumping Tjatur Rasa
- Fifti Fitriani
- Gunawan Setiaji
- Harris Kurniawan
- Hasan Asy'ary
- Hendri
- Herwinarni
- Imas Yuyun
- Ismi Chairin Nisa
- Iwan Sopfan Fauzi
- Johannes Eko K.
- Joko Daryono
- Kili P. Natalaga
- Louise Kumaunang
- Lulu Agustina
- M. Azhar
- Mulyadi
- Noeri Widowati
- Novie Ariani
- Nurhayati
- Nur Hidayatullah
- Padjar
- Pebi Purwo Suseno
- Pepen Rivai
- Purnama Martha O. S.
- Rama Fauzi
- Ratri S. Lina
- Rustami
- Sherly Jeanne K.
- Slamet Sukeri
- Sri Handini
- Syarif Mussadiq
- Syayu Zhukhruffa
- Tatik Pujiati
- Tulus Riyanto
- Yunita Widayati
- Wiranto
- Zakiatulyaqin
- Zamzani

Kontributor

- Ahmad Gozali
- Andri Jatikusumah
- Ariani Gumelar
- Arif Wicaksono
- Billy Anderson
- Dadang
- Deny Kristianto
- Dian Kuswandini
- Effendi Gazali
- Elly Sawitri
- Ida Lestari
- Iwan Sofwan
- M. Sybli
- Meita Annissa
- Mella Marsyimia
- Monica Latuihamallo
- Nursila Dewi
- Pagitta Tarigan
- Paulus Enggal Sulaksono
- Pudjiatmoko
- Puti Novianda
- Ratmoko Eko Saputro
- Sadewa
- Shinta Rachman
- Siska Widyawati
- Sutopo Purwo Nugroho
- Vida Parady
- Wahid Fakhri Husein
- Wahyu Eko K

Ringkasan Eksekutif

Indonesia merupakan salah satu *hotspot* untuk penyakit infeksi baru/berulang (PIB) di Asia. Sebagai negara dengan megadiversitas, kekayaan hayati dan keanekaragaman jenis fauna, Indonesia menjadi negara yang rentan ancaman zoonosis. Strategi Komunikasi untuk Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Infeksi Baru/Berulang (PIB) dan Zoonosis Tertarget dengan Pendekatan *One Health* ini disusun sebagai panduan komunikasi instansi pemerintah terkait, baik di tingkat nasional maupun daerah.

Strategi komunikasi yang mencakup proses komunikasi dalam tiga situasi berbeda (sebelum, selama, dan setelah KLB/wabah) ini disusun melalui proses yang melibatkan berbagai pihak terkait, baik di tingkat pusat maupun daerah selama periode 2016 hingga 2018. Selain itu, berbagai referensi dari lembaga di dalam dan luar negeri digunakan sebagai acuan penyusunan strategi ini.

Analisis terhadap pemberitaan mengenai PIB dan zoonosis di media massa, situs web dan materi komunikasi, informasi, dan edukasi (KIE) serta akun media sosial kementerian dan lembaga terkait juga dilakukan untuk mengetahui informasi apa saja yang sudah disampaikan kepada masyarakat terkait PIB dan zoonosis. Pemberitaan di media terkait zoonosis dan PIB belum banyak menggunakan istilah zoonosis, PIB, dan *One Health*. Sedangkan sebagian besar informasi yang disebarluaskan melalui situs web dan materi KIE masih merupakan penyampaian informasi atau fakta, bukan pesan-

pesan yang dirancang untuk memotivasi audiens agar melaksanakan perilaku tertentu dalam mencegah dan mengendalikan PIB dan zoonosis.

Bagian utama dari dokumen ini merupakan 3 bagian strategi: strategi pesan atau narasi, strategi audiens dan saluran/media, dan strategi implementasi (rencana aksi). Strategi pesan menjelaskan konten atau narasi apa yang perlu disampaikan untuk membangun kepercayaan dan melakukan intervensi komunikasi dalam pencegahan dan pengendalian PIB dan zoonosis. Penentuan saluran atau media untuk menyebarkan pesan ditentukan oleh siapa pemangku kepentingan atau khalayak sasaran yang akan dituju, serta apa kebutuhan mereka terkait komunikasi isu PIB dan zoonosis. Rencana aksi atau strategi implementasi memaparkan prinsip dan cara-cara yang dapat dilakukan untuk memperoleh dukungan pemangku kepentingan dan audiens untuk terlibat dalam pencegahan dan pengendalian PIB dan zoonosis dengan pendekatan *One Health*.

Akhirnya, dokumen ini dilengkapi dengan Panduan dan Perangkat Komunikasi yang berfungsi sebagai referensi dan *template* dalam pelaksanaan strategi komunikasi, mulai dari tips untuk juru bicara, format dan *template* siaran pers, daftar pertanyaan dan jawaban, tips mengatasi pertanyaan sulit, formulir permintaan informasi, serta pemetaan pemangku kepentingan untuk menentukan prioritas dan strategi *engagement* kepada berbagai kelompok pemangku kepentingan.

Daftar Singkatan dan Istilah

Singkatan

ACCAHZ	ASEAN Coordinating Centre for Animal Health and Zoonoses
AI	Avian Influenza (H5N1)
Balitbangkes	Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan
Bappeda	Badan Pembangunan Daerah
BKSDA	Balai Konservasi Sumber Daya Alam
BNPB	Badan Nasional Penanggulangan Bencana
BPBD	Badan Penanggulangan Bencana Daerah
BPOM	Badan Pengawas Obat dan Makanan
CDC	Centers for Disease Control and Prevention
CFS	Classical Swine Fever
DBD	Demam Berdarah Dengue
Ditjen PKH	Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan
DPRD	Dewan Perwakilan Rakyat Daerah
DPR-RI	Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia
FAO	Food and Agriculture Organization (Badan Pangan Dunia)
HIV	Human Immunodeficiency Virus
HPR	Hewan Penular Rabies
Humas	Hubungan Masyarakat
IG	Instagram
i-SIKHNAS	integrasi Sistem Kesehatan Hewan Nasional
K/L	Kementerian dan lembaga pemerintah
Kemen PPN/ Bappenas	Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional
Kemendagri	Kementerian Dalam Negeri
Kemendesa PDTT	Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi
Kemenkes	Kementerian Kesehatan
Kemenko PMK	Kementerian Koordinasi Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan
Kemenkominfo	Kementerian Komunikasi dan Informatika
Kemenristekdikti	Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi
Kementan	Kementerian Pertanian
Kesling	Kesehatan lingkungan
Kesmas	Kesehatan masyarakat
Kesnavet	Kesehatan Masyarakat Veteriner
Keswan	Kesehatan hewan
KIE	Komunikasi, Informasi, Edukasi
KLB	Kejadian Luar Biasa

KLHK	Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan
Lalin	Lalu lintas
MERS-CoV	Middle East Respiratory Syndrome Corona Virus
P2PTM	Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Tidak Menular
PHBS	Pola Hidup Bersih Sehat
PHMS	Penyakit Hewan Menular Strategis
PIB	Penyakit Infeksi Baru/Berulang
PIE	Penyakit Infeksi Emerging
PKK	Pusat Krisis Kesehatan
RPJMN	Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional
SARS	Severe Acute Respiratory Virus
Satpol PP	Satuan Polisi Pamong Praja
SIZE	Sistem Informasi Zoonosis dan Emerging Infectious Diseases
SKDR	Sistem Kewaspadaan Dini dan Respon
SMS	Short message service
SOP	Standard Operating Procedures
TNI	Tentara Nasional Indonesia
WHO	World Health Organization (Badan Kesehatan Dunia)

Istilah

One Health	Pendekatan untuk merancang dan menerapkan program, kebijakan, penyusunan peraturan dan penelitian dimana berbagai sektor berkomunikasi dan bekerja bersama untuk mencapai hasil kesehatan masyarakat yang lebih baik.
Penyakit infeksi baru (<i>emerging infectious diseases</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Infeksi yang baru muncul dalam sebuah populasi atau pernah ada sebelumnya dan meningkat secara cepat dalam sebuah wilayah geografis. Menurut National Institute of Health, penyakit infeksius yang tergolong dalam emerging disease adalah penyakit yang: • Tidak pernah muncul pada manusia sebelumnya, atau • Pernah menginfeksi sangat sedikit orang dan hanya terjadi di tempat yang terisolir (contoh: AIDS dan Ebola), • Pernah muncul di sejarah manusia yang lampau tapi baru diketahui agen infeksius penyebabnya sekarang (contoh: Lyme disease dan gastric ulcer). • Beberapa emerging disease yang menjadi prioritas utama WHO di tahun 2015 adalah: Crimean Congo haemorrhagic fever, Ebola, Marburg, Lassa fever, MERS, SARS, Nipah virus disease dan Rift Valley fever.
Penyakit infeksi berulang (<i>re-emerging infectious diseases</i>)	Infeksi yang muncul kembali setelah terjadi penurunan yang signifikan atau infeksi yang pernah ada sebelumnya dan sekarang muncul kembali dengan peningkatan yang cepat.
Zoonosis	Penyakit hewan yang secara alami dapat menular ke manusia atau sebaliknya, baik secara langsung atau melalui produk hewan (pangan/non-pangan) dan lingkungan.

Daftar Isi

Kata Pengantar.....	i
Sambutan	ii
Kontributor	v
Tim Penyusun.....	v
Ringkasan Eksekutif	vi
Singkatan	vii
Daftar Singkatan dan Istilah	vii
Istilah	viii
Daftar Isi	ix
Matrix: Peran Kementerian/Lembaga dalam Strategi Komunikasi Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Infeksi Baru/Berulang (PIB) dan Zoonosis Tertarget dengan Pendekatan One Health	x
BAB 1. Pendahuluan	1
BAB 2. Analisis Situasi	5
BAB 3. Pemetaan Pemangku Kepentingan dan Khalayak Sasaran.....	9
BAB 4. Strategi dan Rencana Aksi Komunikasi	11
BAB 5. Monitoring dan Evaluasi	21
BAB 6. Panduan Dan Perangkat Komunikasi Yang Baik	26
Daftar Referensi	35

PERAN KEMENTERIAN/LEMBAGA DALAM STRATEGI KOMUNIKASI PENCEGAHAN DAN PENGENDALIAN PENYAKIT INFEKSI BARU/BERULANG (PIB) DAN ZOONOSIS TERTARGET DENGAN PENDEKATAN ONE HEALTH

SITUASI KLB/ WABAH	STRATEGI	PUSAT					DAERAH		
		Kemenko PMK	Kementan	Kemenkes	KLHK	Kemendagri	Provinsi	Kabupaten	
PRA	1. Pesan	-	+	+	+	-	+	+	
	a. PIB/Zoonosis	-	+	+	+	-	+	+	
	b. One Health	-	+	+	+	-	+	+	
	2. Audiens/Saluran	-	+	+	+	-	+	+	
	3. Implementasi	-	+	+	+	-	+	+	
		-	+	+	+	-	+	+	
SAAT	1. Pesan	-	+	+	+	-	+	+	
	a. PIB/Zoonosis	-	+	+	+	-	+	+	
	b. One Health	-	+	+	+	-	+	+	
	2. Audiens/Saluran	+	+	+	+	+	+	+	
	3. Implementasi	+	+	+	+	+	+	+	
		-	+	+	+	-	+	+	
PASCA	1. Pesan	-	+	+	+	-	+	+	
	a. PIB/Zoonosis	-	+	+	+	-	+	+	
	b. One Health	-	+	+	+	-	+	+	
	2. Audiens/Saluran	+	+	+	+	+	+	+	
	3. Implementasi	+	+	+	+	+	+	+	
		-	+	+	+	-	+	+	



Pendahuluan

Strategi komunikasi ini disusun sebagai panduan komunikasi dalam upaya mencegah dan mengendalikan **penyakit infeksi baru/berulang** (selanjutnya disebut PIB) dan **zoonosis** tertarget dengan pendekatan *One Health*. Strategi ini juga menjadi bagian dari penguatan kapasitas pemerintah dalam pembuatan keputusan dan/atau kebijakan dalam mencegah dan mengendalikan penyakit-penyakit tersebut, sejalan dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2015-2019 mengenai peningkatan pengendalian penyakit dan kesehatan lingkungan, serta memperkuat surveilans penyakit dan sistem informasi kesehatan nasional (iSIKHNAS, SKDR dan Sehat Satli).

Strategi komunikasi ini diharapkan dapat menjadi kerangka acuan bersama bagi Kementerian/Lembaga (K/L) untuk penentuan pendekatan komunikasi pada berbagai situasi yang mungkin terjadi dengan tujuan mencegah, mendeteksi dan merespons ancaman PIB dan zoonosis tertarget di area 'hotspot' sesuai dengan pendekatan *One Health*. Oleh karena itu, strategi ini merupakan *living document* yang perlu dikaji dan diperbarui secara berkala.

Penerapan strategi dan kegiatan-kegiatan yang dipaparkan di dalam dokumen ini membutuhkan dukungan dari K/L terkait agar memiliki dasar hukum dan *political will* yang kemudian menjadi pemicu bagi aparat pemerintah dan pemangku kepentingan untuk saling berkoordinasi dan bekerja sama dengan pendekatan *One Health*. Selain itu, dibutuhkan pula pelatihan berkala untuk penguatan kapasitas aparat pemerintah dan pemangku kepentingan agar mereka menguasai keterampilan yang dibutuhkan dalam menerapkan strategi komunikasi ini.

1.A. Latar Belakang/Urgensi

Dalam 30 tahun terakhir ini dunia dihadapkan dengan kemunculan penyakit-penyakit infeksi baru (*emerging infectious diseases*) yang sebagian besar bersifat zoonosis.¹ Para pakar memperkirakan bahwa lebih dari 6 dari 10 penyakit infeksi pada manusia disebabkan oleh hewan.² Tiap tahunnya, di seluruh dunia, Centers for Disease Control and Prevention (CDC) memperkirakan bahwa zoonosis menyebabkan 2,5 milyar kasus penyakit dan 2,7 juta kematian.

Zoonosis menurut Undang-undang Nomor 18 tahun 2009 tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan adalah penyakit yang dapat menular dari hewan kepada manusia atau sebaliknya, baik secara langsung atau melalui produk hewan (pangan/non-pangan) dan lingkungan. Ada lebih dari 250 jenis zoonosis. Sebanyak 60.3% PIB, termasuk Ebola dan *severe acute respiratory virus/SARS* merupakan zoonosis, dengan mayoritas (71.8%) berasal dari satwa liar, dan jumlahnya cenderung meningkat dari waktu ke waktu.³

Faktor yang berperan dalam kemunculan zoonosis baru antara lain perubahan ekologi seperti yang disebabkan oleh pertanian, pembangunan dan perubahan iklim, perubahan demografis dan perilaku manusia, perdagangan dan perjalanan, teknologi dan industri, serta adaptasi

1 World Health Organization, Regional Office for South-East Asia. Combating Emerging Infectious Diseases in the South-East Asia Region. New Delhi: WHO-SEARO; 2005.

2 <https://www.cdc.gov/onehealth/basics/zoonotic-diseases.html>.

3 Jones KE, Patel NG, Levy MA, Storeygard A, Balk D, Gittleman JL, Daszak P. 2008. Global trends in emerging infectious diseases. *Nature* 451 (7181): 990-993.

dan perubahan mikroorganisme.⁴ Intensifikasi pemeliharaan satwa liar dan mikroba yang berkaitan dengan satwa liar juga berkontribusi terhadap kemunculan zoonosis baru.⁵

Selain berdampak pada aspek kesehatan manusia dan hewan (kematian/sakit/cacat), PIB dan zoonosis tertarget telah membawa dampak ekonomi yang merugikan negara secara signifikan akibat kematian ternak, berkurangnya produksi, pemusnahan ternak, besarnya biaya pengendalian, serta dampak terhadap perdagangan. Ditambah lagi dampak tidak langsung yang ditimbulkan, seperti trauma/psikis dan dampak terhadap tradisi/budaya.

Di Indonesia, dari 25 penyakit hewan menular strategis (PHMS) yang disebut dalam Peraturan Menteri Pertanian No. 4026/Kpts/OT.140/04/2013 tanggal 1 April 2013, 17 di antaranya merupakan zoonosis. Pemerintah Indonesia perlu memperkuat kapasitas dan memberikan dukungan untuk mencegah, mendeteksi dan merespons ancaman kesehatan masyarakat yang baru (*emerging*) atau yang muncul kembali (*re-emerging*) yang disebabkan oleh *spill over* dari populasi hewan ke manusia.

Di tingkat global, pengendalian penyakit zoonosis bergerak menuju konsep *One Health* yang merupakan strategi global untuk memperluas kolaborasi interdisipliner dan komunikasi dalam semua aspek pelayanan kesehatan bagi manusia, hewan dan satwa liar. Pendekatan ini dinilai efektif untuk pengendalian dan pencegahan penyakit zoonosis dan PIB.

One Health memastikan kerjasama intersektoral di tingkat lokal, nasional dan global untuk mencapai kesehatan masyarakat, hewan, dan satwa liar yang optimal. Pendekatan *One Health* menekankan kerja sama antar disiplin, berbagi informasi dan kolaborasi di semua tingkat dari staf lapangan hingga pengambil kebijakan. Penerapan pendekatan *One Health* membutuhkan pemahaman semua sektor, termasuk dalam mengidentifikasi masalah dan mencari solusi. Semua sektor harus memahami peran dan tanggung jawab serta kapasitas masing-masing. Kesepakatan mekanisme koordinasi di tingkat pusat sampai tingkat operasional menjadi krusial.

4 Morse SS. 2004. Factors and Determinants of Disease Emergence. Rev. sci. tech. Off. int. Epiz. 23 (2): 443-451.

5 Brown C. 2004. Emerging Zoonoses and Pathogens of Public Health Significance-an Overview. Rev. sci. tech. Off. int. Epiz. 23 (2): 435-442.

Lima penyakit zoonosis yang menjadi prioritas pembebasan bagi pemerintah adalah brucellosis, rabies, antraks, avian influenza (AI), dan classical swine fever (CSF). Dari lima penyakit tersebut, penerapan pendekatan *One Health* telah diterapkan untuk tiga penyakit, yaitu rabies, antraks, dan AI.

- **Rabies:** angka kematian 100% dan berpotensi menimbulkan kejadian luar biasa (KLB)
- **Antraks:** berpotensi menimbulkan KLB, dapat mengakibatkan kematian, sering menimbulkan kepanikan serta memiliki dampak ekonomi yang cukup signifikan
- **AI:** angka kematian tinggi dan berisiko menimbulkan pandemi dan memiliki dampak ekonomi yang cukup signifikan.

Dampak zoonosis dan PIB dapat dikurangi apabila dilakukan respon cepat sehingga penularan tidak meluas, untuk itu diperlukan sistem informasi terintegrasi yang dapat memberikan dukungan dalam proses pengambilan kebijakan secara cepat, tepat, dan akurat. Informasi perkembangan dari kegiatan pengamatan/surveilans zoonosis berada di Kementerian Kesehatan (data surveilans kesehatan manusia), Kementerian Pertanian (data surveilans kesehatan hewan) serta Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (data surveilans kesehatan satwa liar). Integrasi dari ketiga sistem informasi ini diharapkan menjadi sinergi untuk mengurangi potensi terjadinya kejadian luar biasa (KLB) atau wabah sehingga dampak zoonosis dapat dikurangi. Kemenko PMK sebagai koordinator dalam pengendalian zoonosis mengambil peranan lebih dengan menginisiasi integrasi pengumpulan data dari SKDR dan I-Sikhnas.

SKDR (Sistem Kewaspadaan Dini dan Respon) milik Kementerian Kesehatan dengan i-SIKHNAS (integrasi Sistem Kesehatan Hewan Nasional) sebagai pemasok data utama dalam suatu sistem informasi yaitu Sistem Informasi Zoonosis dan Emerging Infectious Diseases (SIZE). SIZE adalah sebuah sistem informasi tertutup (pengguna terbatas) milik pemerintah guna memberikan peringatan dini terhadap ancaman zoonosis dan PIB. SIZE akan menghimpun informasi secara otomatis dari sistem informasi yang sudah ada di Kemenkes dan Kementan atau melalui hasil surveilans yang kemudian diinformasikan kepada pejabat berwenang di Kementerian dengan memunculkan peringatan/*alert* jika terjadi sesuatu hal yang dianggap luar biasa. SIZE juga diharapkan mampu memfasilitasi koordinasi multi sektor guna melakukan antisipasi atau respon cepat suatu ancaman.

Ketika ditemukan kejadian PIB dan zoonosis atau bahkan hingga terjadi KLB/wabah, dibutuhkan komunikasi yang efektif, baik di antara pihak pemerintah selaku regulator dengan pihak-pihak yang menangani penyakit tersebut, ataupun dengan berbagai kelompok pemangku kepentingan, masyarakat, dan media. Penyebaran informasi mengenai perkembangan situasi terakhir perlu disampaikan dengan akurat dan tepat waktu untuk membantu mengurangi dampak dan penyebaran penyakit atau potensi dampaknya pada kesehatan manusia dan hewan.

Pada situasi terdapat potensi terjadinya KLB/wabah, komunikasi dirancang untuk kesiapsiagaan, peringatan dini, dan mitigasi terjadinya KLB/wabah dengan menerapkan praktik/prosedur/protokol dalam berkomunikasi yang telah disetujui. Penanganan situasi darurat seperti KLB/wabah memerlukan persiapan dan merupakan proses berkelanjutan dengan fokus pada persiapan dan respons. Proses persiapan perlu mempertimbangkan kebutuhan, partisipasi, dan konteks dari pemangku kepentingan, serta masukan dari kelompok-kelompok yang terdampak dengan kejadian atau situasi tersebut. Tahapan persiapan di bidang komunikasi juga perlu mempertimbangkan komunitas, budaya, dan gaya hidup dari berbagai kalangan masyarakat, yang kelak diperlukan ketika merancang edukasi dan persiapan dalam menghadapi risiko dan bencana. Tahapan ini juga membutuhkan mekanisme pemantauan dan pengkajian efektivitas pesan-pesan yang disampaikan, serta menyesuaikan pesan-pesan tersebut sesuai kebutuhan.

1.B. Tujuan dan Cakupan Strategi

Strategi komunikasi ini dirancang untuk menjadi panduan bagi kegiatan komunikasi terkait pencegahan dan pengendalian PIB dan zoonosis antara instansi pemerintah pusat/daerah dengan beragam pemangku kepentingan. Dokumen ini berfungsi sebagai referensi bagi pembagian peran dan tanggung jawab di antara berbagai lembaga atau organisasi ketika mengelola proses komunikasi untuk mencegah dan mengendalikan PIB dan zoonosis tertarget dengan pendekatan *One Health*.

Berdasarkan Pedoman Koordinasi Lintas Sektor Menghadapi Kejadian Luar Biasa (KLB)/Wabah Zoonosis dan Penyakit Infeksi Emerging (PIE) dari Kementerian Koordinasi Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (Kemenko PMK) tahun 2018, strategi ini mencakup berbagai praktik terbaik, panduan, referensi, dan perangkat untuk berkomunikasi dengan khalayak eksternal pada saat sebelum (pra KLB/wabah), selama KLB/wabah berlangsung, dan pasca KLB/wabah dinyatakan sudah selesai.

Secara khusus, tujuan komunikasi yang ingin dicapai pada saat sebelum, selama dan setelah KLB/wabah adalah sebagai berikut:

Sebelum dan setelah KLB/wabah	Selama KLB/wabah
Meningkatkan pemahaman masyarakat dan pemangku kepentingan di tingkat pusat maupun daerah mengenai risiko dan dampak dari PIB dan zoonosis tertarget, serta pentingnya pendekatan <i>One Health</i> dalam pengendalian PIB dan zoonosis tertarget.	Membangun kepercayaan dan keterlibatan publik yang terdampak dengan memiliki pemahaman yang baik terhadap situasi dan permasalahan, serta memahami khalayak sasaran dan pemangku kepentingan terkait.
Meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pelaporan, pencegahan dan pengendalian PIB untuk mengurangi risiko penularan dan penyebaran PIB dan zoonosis tertarget pada manusia.	Menerapkan praktik komunikasi saat kondisi darurat, dari persiapan, penyusunan pesan, penentuan saluran dan metode komunikasi, hingga pemantauan dan evaluasi, berdasarkan pembelajaran dari kejadian sebelumnya.
Mengintegrasikan komunikasi risiko dengan struktur koordinasi di tingkat nasional dan daerah, termasuk membangun kapasitas dalam komunikasi risiko agar dapat memberikan tanggapan yang tepat dalam waktu singkat dan di tengah situasi penuh tekanan, serta melibatkan pihak-pihak yang tepat untuk mengambil tindakan/keputusan.	
Meningkatkan dukungan dan keterlibatan aktif pemangku kepentingan dan pembentuk opini untuk pencegahan dan pengendalian PIB dan zoonosis tertarget, baik dari segi kebijakan, anggaran, maupun kegiatan promosi dan edukasi publik.	

1.C. Manfaat/Sasaran Pengguna Dokumen

Strategi ini disusun untuk digunakan oleh orang-orang yang bertanggung jawab, secara langsung ataupun tidak langsung, untuk berkomunikasi dengan khalayak eksternal sebelum, pada saat, dan setelah terjadi KLB/wabah yang berhubungan dengan PIB dan zoonosis tertarget, termasuk tetapi tidak terbatas pada pembuat kebijakan, pengelola, dan spesialis di tingkat nasional yang:

- Telah mengelola atau menganalisis risiko PIB dan zoonosis tertarget, atau
- Berkontribusi pada fungsi komunikasi risiko sebagai bagian dari pengelolaan dan analisis risiko PIB dan zoonosis yang lebih luas.

Strategi ini juga ditujukan untuk instansi atau organisasi terkait di tingkat daerah atau lokal, seperti mitra pembangunan nasional dan internasional, masyarakat madani, kalangan swasta, dan semua organisasi yang terlibat dalam persiapan dan respons kondisi darurat.

1.D. Proses Penyusunan Strategi

Strategi ini disusun melalui proses yang melibatkan berbagai pihak terkait, baik di tingkat pusat maupun daerah. Masukan dari para peserta semua lokakarya dalam periode 2016-2018 telah diolah dan dijadikan masukan dalam penyusunan dokumen strategi ini.

Proses dimulai dengan lokakarya nasional *One Health* pada tanggal 7 dan 8 Maret 2016 di Hotel Aston, Jakarta. Lalu dilanjutkan dengan pertemuan advokasi pengambil kebijakan pada tanggal 19 April 2016 di Hotel Sari Pan Pacific, Jakarta. Setelah itu proses diteruskan dengan lokakarya *One Health* pada daerah percontohan yang diadakan pada tanggal 31 Mei 2016 di Hotel Millenium, Jakarta.

Untuk menampung masukan dari pemangku kepentingan di daerah, telah dilakukan lokakarya strategi komunikasi di Hotel Golden Tulip, Pontianak, Kalimantan Barat pada tanggal 3 dan 4 November 2016, serta di Wujil Resort and Conventions, Ungaran, Jawa Tengah pada tanggal 22 dan 23 Mei 2017.

Sebagai tahap akhir dari penyusunan strategi komunikasi, para pemangku kepentingan di tingkat nasional dan beberapa perwakilan dari beberapa daerah berkumpul di Bogor untuk menghadiri lokakarya pada tanggal 1-3 Maret 2018. Dalam lokakarya ini, peserta juga memperoleh kesempatan untuk mendengar langsung pemaparan dari Kepala Pusat Data, Informasi dan Humas Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), DR. Sutopo Purwo Nugroho, M.Si, APU mengenai “Komunikasi Krisis dalam Penanganan Darurat Bencana”, serta pakar komunikasi Effendi Gazali, Ph.D, MPS ID yang menjelaskan “Komunikasi Publik dan Mitigasi Dampak Wabah terhadap Situasi Politik, Sosial, Ekonomi, dan Keamanan”.

Analisis Situasi

Bagian ini akan memaparkan informasi latar belakang dan kondisi saat ini terkait komunikasi mengenai PIB dan zoonosis tertarget di Indonesia. Selanjutnya, analisis situasi ini menjadi dasar bagi penentuan dan pengembangan komponen inti dokumen, yaitu: 1) tujuan komunikasi yang akan dicapai; 2) khalayak sasaran dan pemangku kepentingan yang akan dituju; serta 3) strategi komunikasi untuk mencapai tujuan tersebut.

2.A. Situasi Komunikasi Ideal (Komunikasi Risiko)

Analisis terhadap kasus atau KLB/wabah yang telah terjadi, baik di tingkat global, nasional atau lokal, menunjukkan pentingnya komunikasi risiko yang efektif. Komunikasi risiko merupakan proses pertukaran informasi secara terus-menerus, baik langsung dan tidak langsung dengan pemberitaan yang benar dan bertanggung jawab, terbuka dan interaktif atau berulang di antara individu, kelompok atau lembaga.

Tujuan utama dari komunikasi risiko adalah untuk meningkatkan pemahaman berbagai pemangku kepentingan mengenai pertimbangan di balik keputusan-keputusan yang diambil ketika menelaah bahaya yang dapat ditimbulkan dan mengelola risiko penyakit, serta membantu publik mengambil keputusan berbasis informasi mengenai risiko dan bahaya yang akan mereka hadapi. Komunikasi risiko diperlukan untuk membantu pengelola risiko memahami konsekuensi dari berbagai keputusan yang diambil, dan karenanya dapat memperkirakan efektivitas dari keputusan tersebut. Komunikasi risiko secara rutin menyampaikan perilaku spesifik yang diinginkan atau kegiatan yang harus dilakukan anggota masyarakat, seperti vaksinasi atau pola hidup bersih sehat, juga membantu mengurangi risiko terjadinya penularan penyakit dan menghindari terjadinya KLB/wabah.

Prinsip-prinsip yang perlu diperhatikan dalam berkomunikasi selama KLB/wabah berlangsung adalah:

- Kendalikan komunikasi mengenai situasi, bahkan dan terutama ketika fakta atau data masih dalam proses konfirmasi. Namun, jangan menunda mengumumkan situasi kepada publik, guna mencegah berkembangnya informasi yang tidak tepat dan hilangnya kepercayaan masyarakat terhadap otoritas pemerintah terkait.
- Komunikasikan dengan segera untuk melindungi kesehatan manusia, hewan dan satwa liar
 - Identifikasi pihak mana yang perlu dihubungi dan bagaimana menjangkau mereka
 - Sampaikan informasi dengan jelas dan transparan
 - Jangan pandang rendah atau enteng
 - Jangan menyampaikan janji (misalnya situasi terkendali, akan segera terkendali)
 - Kolaborasi – ingatlah bahwa wabah atau krisis tidak mengenal batas geografis atau fisik

Secara umum, strategi komunikasi ini disusun dengan mempertimbangkan prinsip umum pencegahan dan pengendalian PIB dan zoonosis, yaitu: 1) pencegahan terjadinya wabah (*preventing avoidable outbreak*); 2) deteksi ancaman sejak dini (*detecting threats early*); dan 3) merespons dengan cepat dan efektif (*responding rapidly and effectively*).

2.B. Situasi Komunikasi Saat Ini

2.B.1. Analisis pemberitaan di media mengenai zoonosis dan PIB

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap 848 artikel berita di media massa dalam periode Juni hingga Desember 2017 yang dipantau oleh

Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan (Ditjen PKH) Kementerian Pertanian, serta 130 artikel sepanjang 2016 dan 2017 yang dipantau oleh FAO ECTAD di Indonesia, ditemukan 162 artikel (16.5%) yang memberitakan isu terkait zoonosis dan PIB.

Berdasarkan topik pemberitaannya, dari 162 artikel mengenai zoonosis dan PIB, sebagian besar artikel membahas kesehatan hewan kurban (51 artikel atau 31%). Ada 24 artikel (15%) mengenai rabies dalam rangka Hari Rabies Sedunia, khususnya membahas daerah bebas rabies, kasus-kasus rabies, serta daerah endemik rabies. Sisanya (37 artikel atau 23%) membahas beragam topik, seperti flu burung, *biosecurity*, hewan mati mendadak, antraks, produksi vaksin, brucellosis, impor daging ternak, serta *hog cholera*.

Istilah zoonosis, PIB, dan *One Health* belum banyak digunakan oleh media dalam pemberitaan. Hanya 25 artikel dari 162 yang menggunakan istilah zoonosis, 20 artikel yang menggunakan istilah PIB, dan 16 artikel yang menyebut *One Health*.

Berita terkait zoonosis dan PIB sebagian besar ditulis sebagai berita *hard news*, *event-based* (pemberitaan dipicu momen tertentu seperti seminar, Hari Rabies Sedunia dan Hari Raya Idul Adha), dan diliput oleh media umum, baik cetak maupun online, seperti *Media Indonesia*, *Pos Kota*, *Bali Post*, *Pikiran Rakyat*, *Jawa Pos*, *Kompas*, *Republika*, *Harian Fajar*, *okezone.com*, *antaranews.com*, *detik.com*, dan *merdeka.com*. Hanya ada 1 media pertanian/peternakan yang tercakup dalam pemantauan media, yaitu tabloid *Sinar Tani*. Beberapa media bisnis/ekonomi juga meliput berita terkait zoonosis dan PIB, yaitu *Investor Daily*, *Harian Neraca*, *Kontan*, dan *Medanbisnisdaily.com*.

Berdasarkan analisis Ditjen PKH terhadap *tonality* pemberitaan 112 artikel, berita yang sebagian besar bernada positif merupakan liputan untuk topik-topik berikut ini:

- Program epidemiologi lapangan
- Vaksinasi
- Larangan masuknya hewan dari luar propinsi
- Waspada flu burung
- Produksi vaksin massal
- Penyebab hewan mati massal bukan flu burung
- Jaminan bebas penyakit hewan impor
- Waspada penyakit hewan
- Informasi AI
- Daerah bebas AI
- Pelatihan tenaga Kewan

- Razia hewan penular rabies (HPR)
- Cek kesehatan hewan kurban
- Indonesia dukung ASEAN Coordinating Centre for Animal Health and Zoonoses (ACCAHZ)
- Penerapan *biosecurity*
- Pengendalian *hog cholera*
- Kerjasama Kementan dan Food and Agriculture Organization (FAO)

Sedangkan pemberitaan yang bernada negatif merupakan liputan mengenai:

- Informasi ayam mati mendadak karena tidak ada pakan
- Isolasi kandang unggas karena ada dugaan flu burung

Di media online *Tirto.id* ditemukan beberapa berita berkaitan dengan zoonosis yang disajikan secara menarik dalam format infografis, seperti: <https://tirto.id/ancaman-penyakit-itu-berasal-dari-daging-ayam-cGce> dan <https://tirto.id/penggundulan-hutan-jadi-pemicu-penyakit-menular-baru-pada-manusia-cGcg>.

Media *Tabloidsinar tani.com* memuat artikel zoonosis yang dikelola oleh Direktorat Kesehatan Masyarakat Veteriner (Kesmavet), Ditjen PKH Kementan.

2.B.2. Analisis materi Komunikasi, Informasi, Edukasi (KIE) mengenai zoonosis dan PIB

Untuk melihat informasi apa saja yang sudah disebarluaskan kepada masyarakat oleh kementerian dan lembaga pemerintah (K/L) mengenai zoonosis dan PIB, dilakukan penelusuran terhadap situs web dan materi KIE yang disebarluaskan melalui akun media sosial K/L terkait. Semua informasi dan data yang dimuat merupakan data hingga 4 April 2018.

2.B.2.1. Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (Kemendikbud)



Terdapat beberapa Berita Pers mengenai zoonosis di situs web <https://www.kemendikbud.go.id>. Semua Berita Pers berisi informasi mengenai kehadiran Menteri di acara atau

kegiatan terkait zoonosis. Informasi yang disebarluaskan bukan untuk kepentingan edukasi atau promosi mengenai zoonosis kepada publik. Di akun media sosial Kemendikbud tidak ada informasi mengenai zoonosis dan PIB.

2.B.2.2. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK)



Tidak ditemukan informasi mengenai zoonosis dan PIB, atau *One Health*, dalam situs web dan akun media sosial KLHK.

2.B.2.3. Kementerian Kesehatan (Kemenkes)



Di website Kemenkes (<http://www.kemkes.go.id/>) yang dikelola Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat, ditemukan beberapa artikel berikut:

- Wilayah KLB demam berdarah dengue (DBD) ada di 11 provinsi (dibaca 40.021 kali)
- Leptospirosis: kenali dan waspadai (dibaca 62.648 kali)
- Menkes ungkap berbagai penyakit zoonosis yang sering dilaporkan di Indonesia (dibaca 52.882 kali)

Di website <http://sehatnegeriku.kemkes.go.id/> yang juga dikelola oleh Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat, ditemukan bulletin online 'Mediakom' yang memuat informasi terkait zoonosis yang bersumber dari Berita Pers mengenai kegiatan-kegiatan Kemenkes.

Di website Pusat Krisis Kesehatan (<http://www.pusatkrisis.kemkes.go.id/>) tidak ditemukan informasi mengenai zoonosis.

Di akun Twitter @KemenkesRI ditemukan posting dengan infografis mengenai tips agar terhindar dari MERS-CoV. Semua posting terkait zoonosis yang di *retweet* merupakan informasi dari akun unit/direktorat/direktorat jenderal di Kemenkes, seperti Pusat Krisis Kesehatan (PKK), Direktorat Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Tidak Menular (P2PTM), dan World Health Organization (WHO).

Di akun Instagram @Kemenkes_RI ditemukan beberapa posting mengenai MERS-CoV, Hari Rabies Sedunia, dan Malaria. Tidak ada posting yang spesifik mengenai zoonosis atau *One Health*.

2.B.2.4. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo)



Tidak ditemukan informasi mengenai zoonosis dan PIB, atau *One Health*, dalam situs web dan akun media sosial Kemenkominfo dan situs web <https://indonesiabaik.id/> yang merupakan situs untuk menyebarkan beragam informasi dari berbagai kementerian/lembaga di Indonesia.

2.B.2.5. Kementerian Pertanian (Kementan)



Di situs resmi Kementerian Pertanian (<http://www.pertanian.go.id/>) ditemukan rilis dan 10 artikel terkait zoonosis, dan 8 diantaranya merupakan laporan perkembangan Avian Influenza per periode. Tidak ada materi KIE yang bisa diunduh tersedia di situs web ini.

Di akun resmi Direktorat Kesehatan Masyarakat Veteriner (Kesmavet) di YouTube berisi video yang dikemas dengan menarik, seperti 'Waspada Penyakit Zoonosis' (50 views). Di Twitter @ditjen_PKH dan Instagram @ditjen_PKH, materi yang sama mendapat angka views yang lebih tinggi: 401 di Twitter dan 841 di IG. Video edukasi rabies di Twitter dan Instagram (IG) mendapat 767 views.

Di akun Facebook Ditjen PKH Kementan RI (<https://www.facebook.com/humaspkh/>) berisi materi KIE yang cukup menarik mengenai rabies, dalam format video maupun foto (komik strip dengan judul 'Rahasia Si Guguk'). Video dan komik ini sudah dikemas dengan kreatif, menarik ribuan penonton, like dan shares. Namun materi-materi ini tidak mudah dicari (*searchable*) melalui mesin pencari, dan tidak terintegrasi dengan situs web Kementan.

Di akun Twitter Radio KBR (@Halo!KBR) Ditjen PKH bekerja sama dengan KBR dalam mempromosikan *One Health* untuk Indonesia Bebas Rabies dan Flu Burung dengan narasumber Kasubdit Pengamatan Penyakit Hewan dan FAO.

Dari analisis terhadap materi KIE yang sudah dipublikasi oleh K/L di situs web dan akun media sosial, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konten di materi KIE masih berupa informasi atau fakta, belum disusun sebagai pesan-pesan pokok yang dirancang untuk memotivasi audiens agar melakukan perilaku tertentu guna mencegah dan mengendalikan PIB dan zoonosis.

2.C. Gap/Kesenjangan

Tujuan utama dari komunikasi risiko tidak hanya untuk meningkatkan pemahaman berbagai pemangku kepentingan mengenai pertimbangan di balik keputusan-keputusan yang diambil ketika menelaah bahaya yang dapat ditimbulkan dan mengelola risiko penyakit, tetapi juga perlu secara rutin menyampaikan perilaku spesifik yang diinginkan atau kegiatan yang harus dilakukan anggota masyarakat, seperti vaksinasi atau pola hidup bersih sehat untuk membantu mengurangi risiko terjadinya penularan penyakit dan menghindari terjadinya KLB/wabah.

Berdasarkan analisis terhadap pemberitaan di media massa dan materi KIE yang sudah dipublikasi oleh K/L di situs web dan akun media sosial, dapat disimpulkan bahwa:

- Informasi mengenai zoonosis, PIB dan pendekatan *One Health* masih relatif minim di media massa dan materi KIE.
- Sebagian besar konten masih berupa informasi atau fakta, belum disusun sebagai pesan-pesan pokok yang dirancang untuk memotivasi audiens agar melakukan perilaku tertentu guna mencegah dan mengendalikan PIB dan zoonosis.
- Pelibatan pemangku kepentingan dan khalayak sasaran dalam penyebaran pesan juga masih terbatas.

- Pemanfaatan ragam media juga masih terbatas dan belum menerapkan pendekatan '*transmedia storytelling*' dalam menyampaikan informasi dan narasi mengenai PIB, zoonosis dan pendekatan *One Health*.

Strategi komunikasi ini disusun dengan mempertimbangkan prinsip umum pencegahan dan pengendalian PIB dan zoonosis, yaitu: 1) pencegahan terjadinya wabah (*preventing avoidable outbreak*); 2) deteksi ancaman sejak dini (*detecting threats early*); dan 3) merespons dengan cepat dan efektif (*responding rapidly and effectively*). Selain itu, strategi pesan/narasi, audiens dan saluran serta implementasinya dirancang untuk mengatasi kesenjangan yang dipaparkan di atas. Panduan dan perangkat komunikasi juga disusun untuk menjadi referensi bagi pelaksanaan strategi.

Pemetaan Pemangku Kepentingan dan Khalayak Sasaran

Strategi komunikasi ini membedakan antara pemangku kepentingan (*stakeholder*) dan khalayak sasaran (*target audience*).

3.A. Pemangku Kepentingan (*stakeholders*)

Pemangku kepentingan (*stakeholders*) merupakan individu atau kelompok orang yang mungkin terpengaruh oleh isu tertentu, atau yang dapat memengaruhi isu. Dalam proses komunikasi risiko dan saat KLB/wabah PIB dan zoonosis terdapat

enam pemangku kepentingan utama, yaitu (1) pemerintah, (2) industri peternakan, (3) konsumen (dan lembaga konsumen), (4) akademisi dan institusi riset, (5) media, dan (6) pemberi layanan kesehatan manusia dan hewan.

Di bawah ini merupakan daftar pemangku kepentingan dari berbagai instansi di tingkat nasional dan daerah, dibagi berdasarkan kalangan yang sudah dilibatkan dan yang belum atau masih kurang dilibatkan dalam perumusan koordinasi dan komunikasi terkait isu PIB dan zoonosis.

3.A.1. Pemangku kepentingan yang sudah dilibatkan dalam isu PIB dan zoonosis tertarget:

Nasional	Daerah
<ul style="list-style-type: none"> Kemenko PMK Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi (Kemenristekdikti) Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) KLHK Kemenkes Kementan Media nasional 	<ul style="list-style-type: none"> Bupati/Walikota Sekretaris daerah Dinas Peternakan; Dinas Kehutanan; Dinas Kesehatan; Dinas Perdagangan Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA) Lurah/Kepala desa dan perangkat desa Puskesmas/Rumah Sakit Rujukan Akademisi universitas setempat Balai Veteriner/Balai Besar Penelitian Veteriner Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan (Balitbangkes) Kepolisian & Tentara Nasional Indonesia (TNI) Badan Pembangunan Daerah (Bappeda) Badan Keuangan Daerah Media daerah

3.A.2. Pemangku kepentingan yang belum atau masih kurang dilibatkan dalam isu PIB dan zoonosis tertarget:

Nasional	Daerah
<ul style="list-style-type: none">Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR-RI)Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (KemenPPN/Bappenas)Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (Kemendesa PDTT)Lembaga berbasis agama seperti Muhammadiyah, Nahdlatul Ulama, Persekutuan Pelayanan Kristen untuk Kesehatan di Indonesia (PELKESI), dll.	<ul style="list-style-type: none">Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD)Tokoh masyarakat dan tokoh agamaOrganisasi komunitas lokal atau organisasi madani

3.B. Khalayak Sasaran (*target audiences*)

Khalayak sasaran (*target audiences*) merupakan sekelompok atau sebagian pemangku kepentingan yang menjadi sasaran pesan atau komunikasi risiko. Contohnya orang yang mengonsumsi produk makanan bersumber dari hewan ternak, yang memiliki bisnis yang menghasilkan, menyimpan/mendistribusikan dan menjual makanan bersumber dari ternak, atau agensi non-pemerintah yang tertarik pada isu PIB dan zoonosis.

Dalam setiap isu terkait penyakit dan pandemi sebenarnya jarang khalayaknya adalah masyarakat luas. Karena itu perlu dilakukan identifikasi khalayak yang terlibat langsung dalam isu. Contoh khalayak sasaran:

- Kelompok masyarakat yang rentan terhadap PIB dan zoonosis
- Peternak, sebagai orang yang sehari-harinya hidup dengan ternak
- Penyedia ternak
- Penyedia jasa layanan kesehatan untuk manusia dan hewan
- Penyuluh lapangan
- Praktisi kesehatan masyarakat
- Pengusaha makanan bersumber dari ternak

Memahami khalayak sasaran merupakan hal yang krusial untuk keberhasilan komunikasi risiko. Komunikator perlu memahami apa yang sudah

diketahui oleh khalayak sasaran mengenai risiko, kesenjangan dalam pemahaman yang perlu diatasi, dan persepsi serta kekhawatiran spesifik yang mereka miliki mengenai risiko. Pemahaman hal-hal tersebut dapat membantu komunikator menentukan **bagian mana** dari informasi yang perlu ditekankan kepada khalayak sasaran, dan **jenis informasi** seperti apa yang mereka butuhkan.

Untuk memahami bagian mana dari informasi yang perlu ditekankan dan jenis informasi seperti apa yang dibutuhkan khalayak sasaran, hal-hal berikut perlu digali terlebih dahulu:

- Informasi apa yang sudah diketahui khalayak sasaran mengenai risiko?
- Bagaimana reaksi khalayak sasaran mengenai informasi tersebut?
- Apa kesenjangan informasi yang perlu diatasi?
- Apa kekhawatiran dan persepsi khalayak sasaran yang spesifik terkait risiko?
- Siapa saja pembentuk opini yang dapat memengaruhi khalayak sasaran?

Pemahaman mengenai khalayak sasaran umumnya dilakukan melalui riset yang dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas dengan pengumpulan data primer dan sekunder. Penyusunan strategi ini tidak melalui proses riset untuk pengumpulan data primer, tetapi memanfaatkan data sekunder melalui studi literatur dan analisis situasi yang telah dipaparkan di bagian sebelum ini.

4

Strategi dan Rencana Aksi Komunikasi

Strategi berikut akan diterapkan untuk mencapai tujuan komunikasi yang telah ditetapkan, dan dibagi ke dalam tiga komponen utama, yaitu strategi pesan atau narasi, strategi audiens dan saluran/media, dan strategi implementasi (rencana aksi).

Strategi Pesan/Narasi: Penyusunan informasi yang tepat untuk disebarkan sesuai kebutuhan khalayak sasaran.

- Pesan atau narasi yang disampaikan bertujuan membangun kepercayaan dan melakukan intervensi komunikasi dalam pencegahan dan pengendalian PIB dan zoonosis.

Strategi Audiens dan Saluran/Media: Penentuan media untuk menyebarkan pesan yang akan ditentukan oleh pemangku kepentingan atau khalayak sasaran yang akan dituju.

- Penyebaran informasi dengan prosedur yang tepat untuk menghindari penyampaian informasi yang tidak akurat di ranah publik, serta sesuai kebutuhan audiens terkait komunikasi isu PIB dan zoonosis.
- Penggunaan ragam saluran/media yang tepat untuk penyampaian informasi yang optimal kepada semua khalayak sasaran dan pemangku kepentingan.
- Pembentukan *platform* berbasis web di tingkat nasional untuk akses informasi mengenai zoonosis dan PIB.

Strategi Implementasi: Prinsip dan cara-cara untuk memperoleh dukungan dan melibatkan pemangku kepentingan dan audiens dalam pencegahan dan pengendalian PIB dan zoonosis dengan pendekatan One Health.

- Pembentukan/penguatan kemitraan yang baik dengan media dan pembentuk opini untuk efektivitas komunikasi .
- Pengembangan kapasitas pemerintah untuk melaksanakan program komunikasi dengan efektif .

4.A. Strategi Pesan/Narasi

Dalam komunikasi risiko, akan ditemukan situasi ketika informasi yang akan disampaikan merupakan hal-hal yang tidak dapat diprediksi (*uncertain*) atau tidak utuh (*incomplete*), karena itu komunikator perlu menyampaikan dengan jelas informasi apa yang sudah diketahui (*known*), apa yang relevan tapi tidak pasti (*relevant but uncertain*), dan apa yang akan dilakukan untuk mengurangi ketidakpastian dan memberikan respons yang efektif.

Untuk menyusun pesan atau narasi yang efektif mengenai risiko, komunikator perlu selalu menginformasikan dan, jika memungkinkan, melibatkan pemangku kepentingan dalam penyusunan pesan, melakukan uji coba pesan kepada khalayak sasaran, dan memantau serta menyesuaikan pesan dengan perkembangan isu terkait PIB dan zoonosis.

Dalam menyusun pesan, pertanyaan-pertanyaan berikut penting untuk dipertimbangkan:

- Apa isu-isu terkait PIB dan zoonosis tertarget?
- Apa saja risiko yang dihadapi khalayak sasaran?
- Apa persepsi dan kekhawatiran khalayak sasaran mengenai risiko?
- Apa yang bisa dilakukan khalayak sasaran mengenai risiko untuk melindungi diri mereka?
- Apa saja yang belum/tidak diketahui atau tidak pasti mengenai risiko?
- Apa yang dilakukan untuk mengurangi informasi yang tidak pasti itu?
- Apa yang dilakukan untuk mengelola risiko?
- Konteks apa lagi yang relevan untuk khalayak sasaran?

Panduan WHO 2017 menyebutkan bahwa berdasarkan hasil kajian ditemukan beberapa faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan khalayak kepada pesan-pesan yang disampaikan organisasi, antara lain:

- Menjelaskan pesan-pesan mengenai ketidakpastian, termasuk prakiraan dan peringatan
- Memberikan informasi yang transparan, termasuk terbuka mengenai jumlah kasus atau korban
- Menyebarluaskan informasi dan melakukan intervensi dengan cepat (usahakan untuk menjadi pihak pertama yang memberikan informasi untuk menghindari beredarnya gosip atau informasi tidak akurat dari pihak lain)
- Menjelaskan istilah teknis dengan bahasa yang mudah dipahami masyarakat awam
- Mencari masukan dan mengundang dialog dengan masyarakat
- Memastikan koordinasi antara berbagai pihak yang berwenang dan media, sehingga pesan yang disampaikan seragam dan konsisten
- Menghindari perubahan cepat dalam memberikan informasi dan mencegah penyebaran informasi yang bertentangan dengan pihak lainnya
- Menyebarluaskan informasi melalui beragam *platform*, seperti media massa, media digital, pertemuan tatap muka, penyuluhan, dll.

Ketika menyusun pesan-pesan yang efektif, komunikator perlu mempertimbangkan latar belakang budaya dan sosio ekonomi dari khalayak sasaran, misalnya peran unik hewan dalam budaya dan masyarakat setempat serta kebutuhan menyesuaikan bahasa dan istilah tertentu sesuai kemampuan literasi masyarakat setempat. Karena itu penting melaksanakan pengujian pesan yang akan disampaikan kepada khalayak sasaran sebelum pesan tersebut disebarluaskan (*pre-testing*). Pesan-pesan juga perlu dikaji secara berkala untuk dimodifikasi sesuai kebutuhan atau perubahan terkini.

Penting juga untuk memasukkan informasi mengenai tahapan-tahapan yang dapat dilakukan untuk mengurangi atau menekan risiko. Pesan-pesan yang disampaikan seharusnya tidak hanya menjelaskan risiko dan kerentanan khalayak sasaran terhadap risiko, atau apa yang dilakukan untuk mengelola risiko, tetapi juga perlu mempertimbangkan untuk memberdayakan masyarakat untuk menghindari risiko semaksimal mungkin.

Berikut adalah tips untuk mengembangkan pesan-pesan pokok yang diramu dari berbagai sumber, termasuk panduan bersama FAO dan WHO (2014) dalam komunikasi risiko:

- Batasi hanya tiga atau empat pesan kunci
- Nyatakan empati
- Sampaikan saran untuk khalayak sasaran: Apa yang perlu segera mereka lakukan untuk membantu pencegahan dan pengendalian penyakit
- Jelaskan risiko yang dihadapi
- Hindari jargon untuk menghindari distorsi atau kesalahan interpretasi dan menghambat pembentukan perilaku yang diinginkan
- Hindari kalimat klise, seperti “Awat Bahaya Rabies!”
- Ringkas (inti dari apa yang ingin kita sampaikan)
- Pastikan bahwa pesan-pesan tersebut relevan bagi khalayak spesifik yang akan kita ajak berkomunikasi
- Jangan takut untuk menyatakan bahwa fakta-fakta masih belum diketahui
- Jangan berspekulasi atau menyalahkan
- Gunakan kutipan dari sumber yang kredibel (misalnya dari pejabat berwenang, pakar)
- Penjelasan apa yang sudah dilakukan untuk mengatasi atau menekan risiko

Masing-masing pesan pokok perlu didukung fakta untuk meyakinkan khalayak sasaran bahwa pesan tersebut bukan sekedar klaim sepihak. Gunakan referensi atau sumber yang kredibel untuk informasi pendukung. Fakta pendukung untuk pesan-pesan pokok ini bisa disampaikan dalam format berikut:

- Diagram, tabel, atau grafik yang sederhana dan mudah dipahami.
- Visual yang menggambarkan risiko yang akan dihadapi. Format visual umumnya lebih menarik perhatian, dapat menjangkau khalayak sasaran yang lebih mudah memahami visual daripada tulisan, atau untuk lebih memudahkan khalayak sasaran memahami isi pesan atau informasinya.
- Cerita nyata yang menggambarkan pokok-pokok pesan yang relevan dengan khalayak sasaran.
- Saran-saran dari pihak-pihak yang berwenang.
- Praktik-praktik terbaik untuk diadopsi.

4.A.1. Contoh pesan-pesan pokok mengenai zoonosis dan PIB

Isi pesan nantinya dapat disesuaikan dengan hal-hal yang relevan untuk berbagai kelompok khalayak sasaran.

4.A.1.1. Di situasi sebelum terjadi KLB/wabah

Pesan zoonosis dan PIB Pra KLB/wabah 1.

Kita dapat menghindari penyakit yang mengancam nyawa manusia dan hewan dengan melakukan langkah-langkah sederhana ini:

- Kenali gejala hewan sakit.
- Jangan pelihara satwa liar (sesuai UU No. 5/1990 mengenai Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya).
- Pahami langkah-langkah yang harus dilakukan jika manusia digigit hewan.
- Laporkan kepada Puskesmas jika ada hewan dicurigai sakit.
- Laporkan kepada bidan desa jika ada warga yang dicurigai sakit akibat penyakit zoonosis/ada warga yang digigit hewan yang berpotensi zoonosis dan PIB.
- Lakukan pencegahan penyebaran penyakit dengan vaksinasi dan Pola Hidup Bersih Sehat (PHBS).
- Telitilah ketika membeli dan mengonsumsi daging. Hanya beli daging di tempat-tempat resmi dan hanya konsumsi daging yang telah tersertifikasi sehat dan aman dari pemerintah.
- Dukung program promotif dan preventif di wilayah Anda. Hubungi petugas..... *[sebutkan spesifik instansi dan jabatannya]* terdekat untuk keterangan lebih lanjut.

Pesan zoonosis dan PIB Pra KLB/wabah 2.

Jika kita tidak mencegah penularan penyakit infeksi dari hewan ke manusia saat ini, artinya kita menyiapkan lingkungan yang tidak hanya mengancam kesehatan generasi selanjutnya, tetapi juga ketersediaan pangan dan kerugian ekonomi bagi negara akibat kematian ternak, berkurangnya produksi, pemusnahan ternak, besarnya biaya pengendalian, serta dampak terhadap perdagangan. Ditambah lagi dampak tidak langsung yang ditimbulkan, seperti trauma/psikis dan dampak terhadap tradisi/budaya.

- Semua orang dapat berperan penting dalam pencegahan penyakit dan menghindari dampaknya.
- Tindakan sederhana telah terbukti membawa dampak nyata.

4.A.1.2. Di situasi saat terjadi KLB/wabah

Pesan zoonosis dan PIB Saat KLB/wabah 1.

Terjadinya kasus KLB/wabah ini sangat memprihatinkan dan kami menyampaikan simpati kepada mereka yang terdampak oleh kasus ini. Kami sudah dan akan terus berupaya melaksanakan langkah-langkah sesuai pedoman/aturan yang berlaku *[sebutkan langkah spesifik yang dilakukan]*. Anda juga dapat membantu menanggulangi KLB/wabah ini dengan melakukan beberapa hal berikut:

- Kenali gejala hewan sakit.
- Jangan pelihara satwa liar (sesuai UU No. 5/1990 mengenai Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya).
- Pahami langkah-langkah yang harus dilakukan jika manusia digigit hewan.
- Laporkan kepada Puskesmas jika ada hewan dicurigai sakit.
- Laporkan kepada bidan desa jika ada warga yang dicurigai sakit akibat penyakit zoonosis/ada warga yang digigit hewan yang berpotensi zoonosis dan PIB.
- Lakukan pencegahan penyebaran penyakit dengan vaksinasi dan Pola Hidup Bersih Sehat (PHBS).
- Telitilah ketika membeli dan mengonsumsi daging. Hanya beli daging di tempat-tempat resmi dan hanya konsumsi daging yang telah tersertifikasi sehat dan aman dari pemerintah.
- Dukung program promotif dan preventif di wilayah Anda. Hubungi petugas..... *[sebutkan spesifik instansi dan jabatannya]* terdekat untuk keterangan lebih lanjut. s..... *[sebutkan spesifik instansi dan jabatannya]* terdekat untuk keterangan lebih lanjut.

Pesan zoonosis dan PIB Saat KLB/wabah 2.

Dalam kasus KLB/wabah ini, data kami sampai saat ini menunjukkan bahwa ... hewan dan ... manusia sudah terjangkit penyakit... *[sebutkan penyakitnya]* atau sudah ditemukan ... kasus.... *[sebutkan kasusnya]*. Kami sedang mengumpulkan data dari berbagai daerah untuk dapat memperkirakan besaran kasus yang terjadi. Untuk pemantauan informasi terkini, silakan akses situs web kami *[sebutkan situsnya]* atau pantau akun media sosial kami.... *[sebutkan akunnya]*.

Pesan zoonosis dan PIB Saat KLB/wabah 3.

Dalam kasus KLB/wabah ini, kami telah berkoordinasi dengan *[sebutkan instansinya]* untuk pemantauan dan upaya pengendalian agar dampak kasus ini dapat diminimalisasi. Kami ajak masyarakat untuk melaksanakan hal-hal berikut untuk membantu kami menanggulangi KLB/wabah ini:

- Laporkan kepada Puskesmas jika ada hewan dicurigai sakit.
- Laporkan kepada bidan desa jika ada warga yang dicurigai sakit akibat penyakit zoonosis/ada warga yang digigit hewan yang berpotensi zoonosis dan PIB.
- Lakukan pencegahan penyebaran penyakit dengan vaksinasi dan Pola Hidup Bersih Sehat (PHBS).
- Dukung program promotif dan preventif di wilayah Anda. Hubungi petugas..... *[sebutkan spesifik instansi dan jabatannya]* terdekat untuk keterangan lebih lanjut.
- Harap dimaklumi jika ada penutupan sementara atau pengamanan area kawasan konservasi di wilayah Anda. Hal ini dilakukan untuk keamanan dan kesehatan kita semua.

4.A.1.3. Di situasi setelah terjadi KLB/wabah

Pesan zoonosis dan PIB Pasca KLB/wabah 1.

Kasus KLB/wabah sudah dapat ditanggulangi dan kami menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah bekerja sama dan bekerja keras membantu pemerintah. Untuk mencegah terjadinya kasus serupa, kami ajak masyarakat untuk melakukan hal-hal berikut:

- Kenali gejala hewan sakit.
- Jangan pelihara satwa liar (sesuai UU No, 5/1990 mengenai Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya).
- Pahami langkah-langkah yang harus dilakukan jika manusia digigit hewan.
- Laporkan kepada Puskesmas jika ada hewan dicurigai sakit.
- Laporkan kepada bidan desa jika ada warga yang dicurigai sakit akibat penyakit zoonosis/ada warga yang digigit hewan yang berpotensi zoonosis dan PIB.
- Lakukan pencegahan penyebaran penyakit dengan vaksinasi dan Pola Hidup Bersih Sehat (PHBS).
- Telitilah ketika membeli dan mengonsumsi daging. Hanya beli daging di tempat-tempat resmi dan hanya konsumsi daging yang telah tersertifikasi sehat dan aman dari pemerintah.
- Dukung program promotif dan preventif di wilayah Anda. Hubungi petugas..... *[sebutkan spesifik instansi dan jabatannya]* terdekat untuk keterangan lebih lanjut.

Pesan zoonosis dan PIB Pasca KLB/wabah 2.

Pemerintah akan terus melakukan pemantauan dan mengajak masyarakat membantu upaya pencegahan agar kasus KLB/wabah tidak terulang lagi. Kasus KLB/wabah lalu telah membawa kerugian sebesar *[sebutkan datanya]* kepada dan *[sebutkan pihak-pihak yang terdampak]*. Kita semua perlu terus bekerja sama untuk mencegah terjadinya kasus yang sama di masa depan dan menghindari kerugian yang diakibatkan kasus seperti ini.

Pesan zoonosis dan PIB Pasca KLB/wabah 3.

Kasus KLB/wabah bukan merupakan kegagalan kinerja pemerintahan di daerah setempat. Setiap kasus yang berpotensi menjadi KLB/wabah wajib dilaporkan agar dapat ditangani dengan segera dan sesuai pedoman yang ada, sehingga dapat ditanggulangi dan diminimalisasi dampaknya.

4.A.2. Contoh pesan-pesan pokok mengenai pendekatan *One Health*

Isi pesan nantinya dapat disesuaikan dengan hal-hal yang relevan untuk berbagai kelompok khalayak sasaran.

4.A.2.1. Di situasi sebelum terjadi KLB/wabah

Pesan *One Health* Pra KLB/wabah KLB/wabah

1.

Pendekatan *One Health* melihat kesehatan manusia, hewan, dan lingkungan sebagai satu kesatuan untuk menghindari ancaman pandemik agar tidak terjadi KLB/wabah. Dengan menjadikan *One Health* sebagai dasar koordinasi beragam sektor dan organisasi, *One Health* dapat mempromosikan upaya pencegahan, dan mendeteksi serta merespons situasi KLB/wabah dalam waktu lebih singkat.

Pesan *One Health* Pra KLB/wabah KLB/wabah

2.

Menggalang keterlibatan berbagai kalangan melalui pendekatan *One Health* merupakan solusi bagi permasalahan koordinasi yang berpotensi menghambat persiapan dan respons yang perlu dilakukan untuk mengatasi ancaman pandemik.

4.A.2.2. Di situasi saat terjadi KLB/wabah

Pesan *One Health* Saat KLB/wabah

Dalam menghadapi ancaman pandemi yang berdampak pada kesehatan dan keamanan global, koordinasi melalui pendekatan *One Health* pada tahapan respons dan pencegahan, persiapan, deteksi, terbukti dapat meminimalisasi ancaman, mengurangi biaya, serta menyelamatkan nyawa manusia dan hewan.

4.A.2.3. Di situasi setelah terjadi KLB/wabah

Pesan *One Health* Pasca KLB/wabah

Koordinasi tiga sektor (kesehatan masyarakat/kesmas, kesehatan hewan/keswan, kesehatan satwa liar) kunci utama pencegahan dan pengendalian PIB dan zoonosis di daerah ini.

- Dinas Kesmas dan Keswan sudah memiliki *standard operating procedures* (SOP)/pedoman pencegahan dan pengendalian kejadian kasus PIB dan zoonosis
- Perlu dikembangkan pedoman untuk sektor Kesling dalam hal pencegahan dan pengendalian PIB dan zoonosis pada satwa liar
- Perlu meningkatkan koordinasi tiga sektor melalui forum formal dan informal
- Jadikan pencegahan dan penanganan PIB dan zoonosis sebagai prioritas utama di daerah

4.B. Strategi Audiens dan Saluran/Media

Memperbanyak informasi tidak secara otomatis akan mengarahkan audiens kepada pembentukan perilaku yang diinginkan. Diperlukan ragam saluran atau media serta perangkat komunikasi untuk menjangkau khalayak sasaran atau audiens. Hal ini dapat berarti berpindah dari format media tradisional ke media yang lebih spesifik tanpa mengesampingkan metode komunikasi

interpersonal, program intervensi, edukasi untuk peningkatan pemahaman, serta penyebaran informasi melalui sentra komunitas, pusat-pusat agama, serta saluran atau media lain yang digunakan audiens untuk mengakses informasi pada situasi sebelum, saat, dan setelah KLB/wabah.

Kolaborasi di antara berbagai instansi dengan lembaga kesehatan dan fasilitas pelayanan publik dapat juga disiapkan sebagai jaringan komunikasi yang dapat diaktifkan ketika ada kasus atau KLB/wabah. Strategi komunikasi perlu

mempertimbangkan beragam elemen dalam komunitas, budaya dan gaya hidup dari berbagai segmen yang berbeda dalam masyarakat, sehingga promosi/edukasi mengenai bencana atau krisis dapat dipersiapkan melalui struktur sosial tersebut.

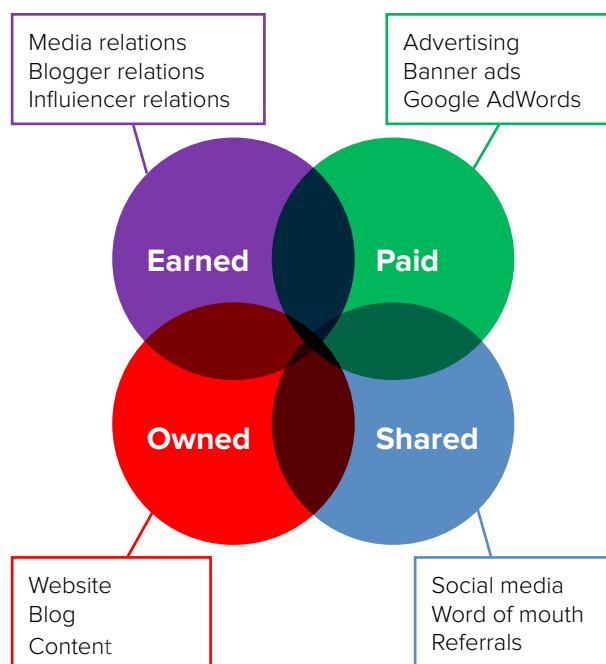
Dalam menentukan cara-cara yang dapat digunakan untuk menjangkau khalayak sasaran, perlu diketahui terlebih dahulu sumber-sumber informasi yang dipercaya oleh khalayak sasaran, saluran yang kerap digunakan untuk mengakses informasi, serta dapat diakses khalayak sasaran.

Dalam situasi terjadi KLB/wabah, menyampaikan informasi kepada media massa (konvensional dan digital) mutlak dilakukan, karena hal ini memberi peluang untuk pengiriman pesan ke audiens sasaran yang luas. Sudah banyak contoh yang menunjukkan bahwa agenda dan pemikiran publik seringkali tergantung pada informasi yang diterima publik dari media. Media juga dapat digunakan untuk membangun dan mempertahankan dukungan publik, melalui fungsi media sebagai pengganda pesan, alat mempersuasi, dan mengedukasi. Media dapat digunakan sebagai kekuatan pengganda untuk menyebarkan pesan ke masyarakat banyak secara lebih cepat.

Tidak berbicara kepada media sudah bukan lagi menjadi pilihan dalam semua situasi. Narasi dan rumor akan terus beredar walau kita tidak mengeluarkan pernyataan sebagai respons terhadap situasi yang dihadapi. Jika kita tidak bicara dengan media, maka pihak lain (oposisi) memiliki kesempatan untuk menyebarkan informasi yang kurang atau tidak tepat (Mary Markovinovic, 2015).

Untuk membangun kepercayaan, intervensi komunikasi perlu diarahkan pada layanan yang berfungsi dan dapat diakses khalayak sasaran. Informasi yang disampaikan juga perlu transparan, tepat waktu, mudah dipahami, mengakui adanya ketidakpastian, melibatkan populasi yang terdampak oleh isu, dan disebarluaskan melalui beragam *platform*, metode, dan saluran.

Diagram berikut menggambarkan penggunaan beragam media atau saluran untuk penyampaian informasi yang optimal kepada semua khalayak sasaran dan pemangku kepentingan. Teknik menggunakan beragam platform, format, dan konten media untuk penyampaian pesan atau narasi ini umumnya disebut dengan '*transmedia storytelling*'.



Dengan kehadiran media digital, ragam media umumnya dibagi menjadi 4 dan disingkat menjadi PESO (*Paid, Earned, Shared, Owned*):

Paid media merupakan media berbayar yang dikelola oleh pihak ketiga, contohnya iklan, *advertorial* dan *sponsorship*. Pesan atau narasi yang disebarluaskan melalui media ini relatif dapat dikendalikan sesuai biaya yang dikeluarkan dan kompensasi yang diperoleh dari pihak ketiga.

Earned media merupakan saluran ketika penyampaian pesan dilakukan oleh pihak ketiga secara sukarela berdasarkan informasi yang kita berikan atau yang mereka terima, contohnya pemberitaan di media massa yang berasal dari siaran pers yang kita sebarluaskan, atau informasi yang disebarluaskan oleh pemangku kepentingan atau pembentuk opini (*influencers*). Pesan atau narasi yang disebarluaskan melalui media ini relatif tidak dapat dikendalikan karena disampaikan oleh pihak ketiga berdasarkan hubungan yang terdapat.

Shared media merupakan saluran ketika penyampaian pesan dilakukan melalui media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, atau informasi yang beredar dari mulut ke mulut (*word of mouth*) baik melalui saluran *offline* (seperti pertemuan tatap muka) maupun *online*. Pesan atau narasi yang disebarluaskan melalui media ini tidak dapat dikendalikan karena disampaikan oleh pihak ketiga melalui saluran yang bersifat personal.

Owned media merupakan saluran ketika penyampaian pesan dilakukan melalui media yang kita miliki, seperti website atau blog, kanal YouTube atau laman Facebook. Pesan atau narasi yang disebarkan melalui media ini dapat dikendalikan karena kita memiliki kendali terhadap isi atau konten yang dimuat di media tersebut.

Pemanfaatan Teknologi Informasi

Survei Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia menyatakan bahwa lebih dari 50% penduduk Indonesia (132,7 juta orang) terhubung ke internet.

- 50,7% mengakses melalui perangkat genggam dan komputer → 63,1 juta (47,6%) dari *smartphone*; 2,2 juta (1,7%) dari komputer
- 65% pengguna di Pulau Jawa diikuti berturut-turut Sumatera, Sulawesi, Kalimantan, Bali dan Nusa Tenggara Barat, Maluku dan Papua
- 97,4 % mengakses media sosial saat mengakses internet → Facebook 71,6 juta; Instagram 19,9 juta; Youtube 14,5 juta

Fakta pemanfaatan teknologi informasi di Indonesia membuat informasi dikemas dalam berbagai bentuk untuk beradaptasi pada dunia digital

- Hal ini melahirkan berbagai tren materi komunikasi baru dengan media sosial sebagai

saluran utama

- Digitalisasi tidak mengurangi kriteria materi komunikasi yang efektif, yakni Tepat Target Audiens, Tepat Pesan, Tepat Media

Dalam Panduan WHO 2017, penggunaan media sosial disarankan untuk berinteraksi dengan masyarakat, memfasilitasi komunikasi antar kelompok sebaya, membangun pemahaman situasional, memantau dan merespons rumor, reaksi dan keprihatinan publik selama situasi darurat, serta memfasilitasi tanggapan di tingkat lokal.

Selain itu, media sosial dan media tradisional sebaiknya diintegrasikan dengan moda komunikasi lainnya untuk konvergensi sumber informasi yang akurat dan kredibel. Untuk implementasinya, instansi pemerintah dan mitra pelaksanaannya membutuhkan pelatihan, perlu mempekerjakan tim media sosial yang bertujuan membangun hubungan dengan pemangku kepentingan, serta menggunakan media sosial secara konsisten untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas, sebelum, selama, dan setelah KLB/wabah.

Beberapa contoh metode dan saluran komunikasi yang dapat digunakan untuk menjangkau khalayak sasaran dan pemangku kepentingan:

Saluran	Ragam saluran
Media massa (cetak, online, penyiaran)	<i>Paid/Earned Media</i>
Iklan layanan masyarakat	<i>Paid Media</i>
Produksi sandiwara (kerjasama radio dan jaringan radio lokal)	<i>Paid/Earned Media</i>
Rapat, lokakarya, <i>focus groups</i>	<i>Earned/Shared Media</i>
Konsultasi publik	<i>Earned Media</i>
Jaringan mitra/pemangku kepentingan	<i>Earned Media</i>
Dialog interaktif	<i>Earned Media</i>
Pertemuan advokasi	<i>Earned Media</i>
Diskusi terbuka dengan tokoh masyarakat/agama	<i>Earned Media</i>
Kunjungan lapangan ke sentra peternakan dan layanan kesehatan	<i>Earned Media</i>
E-mail	<i>Shared/Owned Media</i>
Media sosial, seperti Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram	<i>Shared/Paid Media</i>
Kompetisi atau kuis	<i>Owned/Earned Media</i>
Materi cetak, contohnya publikasi, <i>fact sheets</i> , kaos, topi, stiker, gantungan kunci, poster, <i>billboard</i> , videotron	<i>Owned Media</i>

Saluran	Ragam saluran
Publikasi atau materi digital, termasuk video, infografis	<i>Owned Media</i>
Blog, Podcasts, webinars	<i>Owned Media</i>
Film dokumenter	<i>Owned Media</i>
Penyuluhan dan pagelaran wayang kulit	<i>Owned Media</i>
Sandiwar radio	<i>Owned/Paid Media</i>
Komik sebagai bacaan untuk anak-anak	<i>Owned Media</i>
Situs web	<i>Owned Media</i>
Contoh: https://www.canada.ca/en/public-health/services/food-safety/public-health-notice/public-health-notice-e-coli-o157-h7-illness-related-frozen-beef-burgers.html dan https://www.canada.ca/en/public-health/services/food-safety/public-health-notice/2013/public-health-notice-e-coli-o157-h7-illness-related-cheese-produced-gort-gouda-cheese-farm.html	

Dalam upaya pelibatan aktif pemangku kepentingan, seperti media, bisa dipertimbangkan untuk melaksanakan kegiatan pelatihan penanggulangan bencana, termasuk praktek lapangan (seperti operasi *search and rescue* (SAR), dapur umum, pertolongan pertama pada kecelakaan (P3K), mendirikan tenda, menggunakan *global positioning system*/GPS, dll).

Belajar dari kegiatan sosialisasi penanggulangan bencana yang dilakukan BNPB untuk meningkatkan Budaya Sadar Bencana, BNPB menggunakan beberapa kegiatan di bawah ini:

- *Edutainment* (disambut baik oleh ribuan masyarakat)
 - Sosialisasi Budaya Sadar Bencana melalui kegiatan “BNPB-BPBD Mengajar”, produksi dan siaran animasi di radio, dan drama Keluarga Tangguh.
 - Memproduksi film dokumenter mengenai penanggulangan bencana
 - Mengembangkan dan memproduksi BNPB TV (www.bnpbindonesia.tv)
- Publikasi penanggulangan bencana
- Media sosial resmi BNPB

4.B. Strategi Implementasi (Rencana Aksi)

Berbagai literatur memaparkan bahwa perencanaan strategi komunikasi yang efektif dimulai lama sebelum krisis terjadi (dalam hal ini terjadinya

KLB/wabah). Beberapa langkah yang dilakukan sebagai persiapan sebelum terjadi KLB/wabah yaitu: menyusun strategi dan kerangka kerja untuk berkomunikasi dengan semua pemangku kepentingan, membuat dan mengkaji pesan-pesan mendasar untuk isu-isu yang akan muncul ketika krisis, melatih tim komunikasi, dan membuat sistem untuk pemeriksaan dan persetujuan pesan dengan cepat. Semua peran dan tanggung jawab perlu didefinisikan, dan jaringan kemitraan komunikasi perlu diciptakan dan dibina. Perlu juga disusun rencana untuk bekerja dengan media, serta dibuat dokumen pendukung untuk media.

Dalam menyusun rencana aksi untuk menerapkan strategi komunikasi risiko serta krisis seperti ketika ada KLB/wabah, perlu diperhatikan beberapa prinsip dari praktik terbaik dalam berkomunikasi yang dipaparkan dalam WHO Outbreak Communication Guideline 2005:

1) **Kepercayaan:** tujuan utama komunikasi risiko adalah berkomunikasi dengan masyarakat dengan cara-cara yang membangun, mempertahankan, atau memulihkan kepercayaan.

2) **Umumkan segera:** hal yang krusial dalam membentuk atau menjaga kepercayaan adalah saat kejadian KLB/wabah diumumkan secara resmi. Ketepatan waktu, kejujuran dan penyampaian informasi yang menyeluruh merupakan prinsip-prinsip dasar komunikasi saat krisis.

3) **Transparansi:** transparansi diperlukan untuk mempertahankan kepercayaan publik saat terjadi krisis. Komunikasi yang transparan adalah yang terbuka (apa adanya), mudah dipahami, akurat dan lengkap. Transparansi akan menentukan hubungan antara pengelola krisis dengan masyarakat. Transparansi memungkinkan masyarakat “menyaksikan” proses pengumpulan informasi, analisis risiko dan pengambilan keputusan terkait pengendalian krisis.

4) **Masyarakat:** memahami masyarakat merupakan hal yang krusial untuk menentukan efektivitas komunikasi. Umumnya sulit mengubah kepercayaan yang sudah terbentuk lama, kecuali ketika kepercayaan tersebut didiskusikan. Menyusun pesan-pesan yang baik untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan antara para pakar dan masyarakat juga memerlukan komunikator untuk mengetahui terlebih dahulu persepsi yang dimiliki publiknya. Masyarakat perlu dilibatkan dalam perencanaan agar memiliki rasa memiliki dan strategi sudah mempertimbangkan kolaborasi dengan masyarakat dan konteks di mana masyarakat tersebut berada.

5) **Perencanaan:** keputusan yang diambil serta tindakan yang dilakukan para pemegang otoritas akan lebih menentukan kepercayaan publik dibandingkan komunikasi. Karena itu komunikasi risiko perlu diintegrasikan ke dalam rencana persiapan untuk acara-acara penting dan semua aspek saat memberikan respons ketika KLB/wabah terjadi. Pelatihan menjadi hal penting yang perlu dilakukan agar anggota tim komunikasi memahami peran dan tanggung jawab mereka.

Empat tahapan untuk menyiapkan suatu organisasi dalam berkomunikasi dengan baik saat krisis adalah:

1. Menyusun protokol komunikasi krisis
2. Melatih anggota tim komunikasi akan penggunaan protokol
3. Menerapkan protokol
4. Memantau, mengambil tindakan dan mengevaluasi

Untuk menerapkan langkah-langkah yang sudah disepakati dalam panduan komunikasi, perlu dilakukan terlebih dahulu persiapan sebagai berikut:

1. Tata kelola dan kepemimpinan

Tim komunikasi dalam situasi darurat seharusnya memiliki peran yang strategis dalam tim siap tanggap situasi darurat di tingkat nasional dan daerah. Salah satu contoh mekanisme yang dapat

membantu proses integrasi ini adalah dengan menetapkan kebijakan, struktur dan pedoman yang mendukung pelaksanaan strategi ini.

2. Sistem informasi dan koordinasi

Perlu dibangun dan dibina pemangku kepentingan dan jaringan organisasi terkait di berbagai lokasi geografis dan lintas sektor. Informasi dan sistem komunikasi perlu disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat untuk memastikan aliran komunikasi berjalan lancar di semua sektor.

3. Penguatan kapasitas

Persiapan dan pembekalan tim komunikasi perlu dilaksanakan secara berkala dan berfokus pada koordinasi di antara pemangku kepentingan terkait. Pembekalan dan penguatan kapasitas ini perlu dilakukan di tingkat nasional dan daerah. Tim komunikasi perlu menguatkan kapasitas mereka dalam penanganan krisis kesehatan dan komunikasi risiko. Mitra seperti media juga perlu menguatkan kapasitas mereka dalam komunikasi publik di situasi krisis.

4. Pendanaan

Pendanaan dibutuhkan untuk mencakup persiapan, respons, dan pemulihan pada situasi darurat, seperti KLB/wabah.

Salah satu langkah yang perlu dilakukan adalah menyiapkan kemampuan untuk berkomunikasi dengan media, karena beberapa alasan berikut:

- Media mampu mempengaruhi keputusan politik, mengubah perilaku, dan menyelamatkan nyawa manusia (UNISDR, 2011).
- Komunikasi merupakan inti untuk sukses dalam mitigasi, kesiapsiagaan, respon, dan rehabilitasi bencana (Haddow, 2009).
- Media dapat menunjukkan eksistensi, pencitraan, dan simbol organisasi terhadap masyarakat terkait tugas kemanusiaan dalam penanggulangan bencana (UN, 2009).

Dalam situasi krisis, perlu dibangun Pusat Media (Media Center) untuk memberikan informasi yang komprehensif secara rutin dan berkala kepada media dan masyarakat terkait perkembangan kondisi dan upaya-upaya yang dilakukan dalam penanganan situasi krisis. Sebagai lembaga yang bertanggung jawab untuk mengelola bencana, BNPB telah menetapkan Perka BNPB No. 8 Tahun 2013 Tentang Pembentukan Media Center Tanggap Darurat Bencana.

Perlu juga ditentukan juru bicara yang akan mewakili instansi untuk berkomunikasi kepada masyarakat. Efektivitas komunikasi risiko ditentukan oleh informasi yang dipahami dan dipercaya kebenarannya. Karena itu, dalam memilih juru bicara yang dapat menyampaikan pesan-pesan terkait risiko dengan baik, penting dipilih orang yang memiliki kompetensi teknis dan memahami isu-isu terkait risiko, meyakini kemampuannya untuk membahas informasi tersebut, dan mampu meraih dan menjaga kepercayaan masyarakat. Untuk meraih kepercayaan, komunikator tidak hanya perlu membuktikan pemahaman dan keahliannya, tetapi juga mampu bersikap terbuka

dan jujur, menunjukkan ketulusan, kepedulian dan empatinya. Pemimpin dan tim yang baik perlu memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan baik, taktis dalam mengambil keputusan, dan nyaman menangani situasi yang penuh dengan ketidakpastian dan keterbatasan informasi, serta peluang munculnya hal-hal yang kontradiktif.

Untuk menjadi juru bicara di saat situasi krisis, Kepala Pusat Data, Informasi dan Humas BNPB yang dipilih oleh media asing sebagai Humas Terbaik di Indonesia untuk tahun 2016 dan 2017, memberikan tips berikut.

Yang perlu dilakukan	Jangan dilakukan
<p>Tunjukkan sikap aksi</p> <p>Mengatakan yang benar</p> <p>Membagikan fakta yang sudah terkonfirmasi</p> <p>Tepat bersikap dan bertutur</p> <p>Menunjukkan kepedulian</p> <p>Hindari humor</p> <p>Sediakan informasi terkini</p> <p>Mengingat orang yang mungkin terlibat dalam suatu krisis</p>	<p>Spekulasi</p> <p>Memicu pertanyaan yang mengundang emosi</p> <p>Cenderung menyalahkan</p> <p>Perkiraan</p> <p>Berbicara '<i>off the record</i>'</p> <p>Memberikan informasi yang eksklusif</p> <p>Memberikan informasi kepemilikan</p> <p>Mengindikasikan bahwa sesuatunya akan berjalan baik kembali</p>

Untuk membantu pelaksanaan strategi komunikasi ini, Bagian 6 dari dokumen ini memberikan panduan dan perangkat komunikasi yang dapat digunakan sebagai referensi.

Monitoring dan Evaluasi

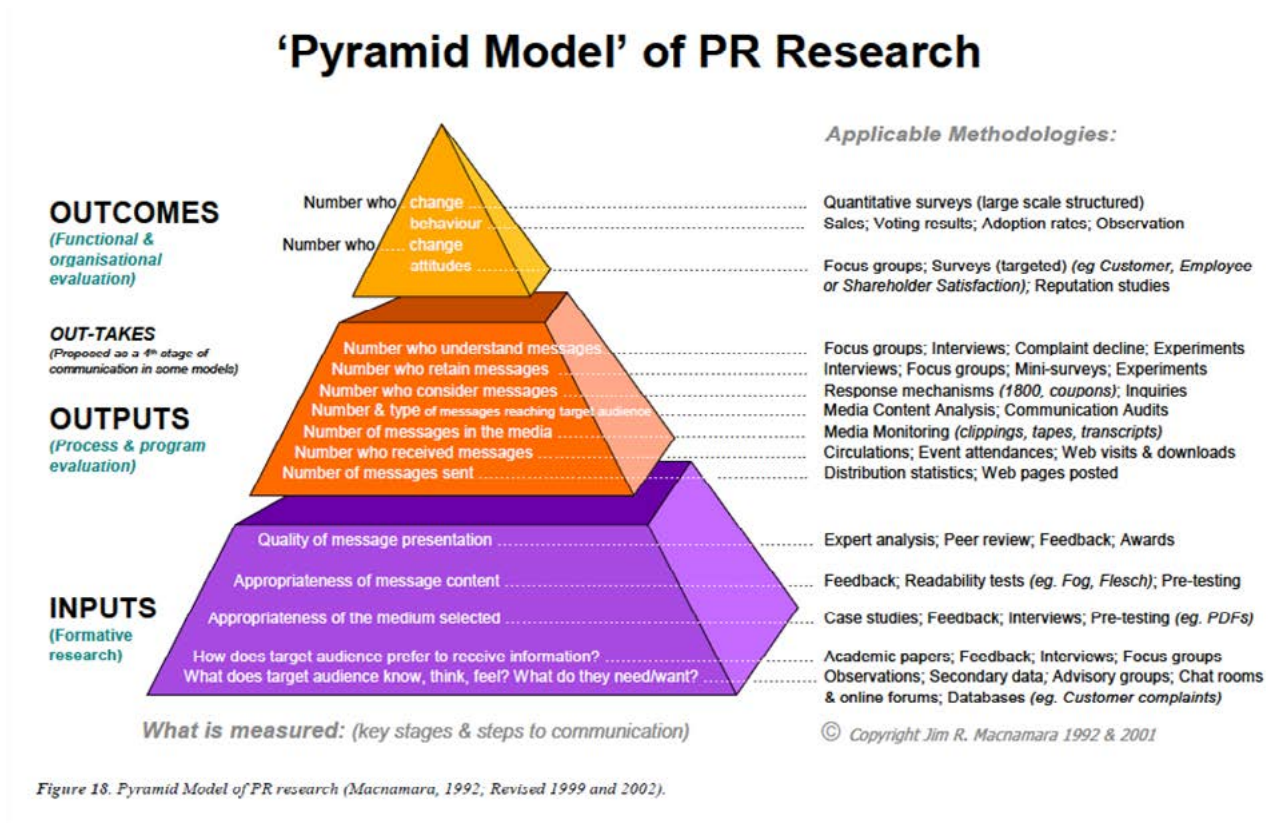
Untuk mengetahui efektivitas program atau kegiatan komunikasi, perlu dilakukan evaluasi yang secara berkala. Evaluasi yang dilakukan saat program sedang berlangsung disebut monitoring (pemantauan). Evaluasi juga perlu dilakukan di akhir program untuk mengetahui apakah kegiatan yang dilakukan sudah mencapai hasil atau tujuan yang ditetapkan. Evaluasi tidak hanya untuk melihat capaian atau hasil, tetapi juga menganalisis proses dan progres dari pelaksanaan program/kegiatan.

Prinsip-prinsip dalam melaksanakan evaluasi:

- Tentukan indikator yang akan dievaluasi di awal program

- Lakukan evaluasi secara berkala dan di tiap tahap dari program
- Lakukan evaluasi dengan seobyektif dan seilmiah mungkin
- Evaluasi dilakukan tidak hanya pada hasil, tetapi juga pada proses dan progres

Salah satu model yang dapat digunakan untuk evaluasi program komunikasi adalah model piramida dari Jim Macnamara yang mencakup berbagai metode evaluasi dan memungkinkan fleksibilitas dalam menentukan capaiannya.



5.A. Tujuan Monev

Penelitian dibutuhkan untuk membangun mekanisme dan metode terbaik untuk pemantauan dan evaluasi kegiatan komunikasi dalam situasi normal dan darurat (KLB/wabah). Hasil evaluasi dan masukan yang diperoleh dari pemangku kepentingan dan khalayak sasaran juga diperlukan untuk perbaikan proses di masa mendatang.

Evaluasi perlu melihat tujuan komunikasi yang telah ditetapkan di tiap tahapan: sebelum, selama dan setelah KLB/wabah. Tujuan komunikasi yang selanjutnya akan menjadi dasar penentuan parameter untuk evaluasi atau monitoring. Tabel berikut merupakan tujuan komunikasi yang akan digunakan untuk evaluasi.

Sebelum dan setelah KLB/wabah	Parameter Evaluasi
Meningkatkan pemahaman masyarakat dan pemangku kepentingan di tingkat pusat maupun daerah mengenai risiko dan dampak dari PIB dan zoonosis tertarget, serta pentingnya pendekatan <i>One Health</i> dalam pengendalian PIB dan zoonosis tertarget.	Pemahaman masyarakat dan pemangku kepentingan di tingkat pusat maupun daerah mengenai: <ul style="list-style-type: none"> • risiko dan dampak dari PIB dan zoonosis tertarget • pentingnya pendekatan <i>One Health</i> dalam pengendalian PIB dan zoonosis tertarget
Meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pelaporan, pencegahan dan pengendalian PIB untuk mengurangi risiko penularan dan penyebaran PIB dan zoonosis tertarget pada manusia.	Keterlibatan masyarakat dalam: <ul style="list-style-type: none"> • pelaporan, pencegahan dan pengendalian PIB untuk mengurangi risiko penularan dan penyebaran PIB dan zoonosis tertarget pada manusia.
Mengintegrasikan komunikasi risiko dengan struktur koordinasi di tingkat nasional dan daerah, termasuk membangun kapasitas dalam komunikasi risiko agar dapat memberikan tanggapan yang tepat dalam waktu singkat dan di tengah situasi penuh tekanan, serta melibatkan pihak-pihak yang tepat untuk mengambil tindakan/keputusan.	<ul style="list-style-type: none"> • Integrasi struktur koordinasi di tingkat nasional dan daerah untuk komunikasi risiko • Pelaksanaan kegiatan untuk membangun kapasitas dalam komunikasi risiko • Keterlibatan pihak-pihak yang tepat untuk mengambil tindakan/keputusan.
Meningkatkan dukungan dan keterlibatan aktif pemangku kepentingan dan pembentuk opini untuk pencegahan dan pengendalian PIB dan zoonosis tertarget, baik dari segi kebijakan, anggaran, maupun kegiatan promosi dan edukasi publik.	Dukungan dan keterlibatan aktif pemangku kepentingan dan pembentuk opini untuk pencegahan dan pengendalian PIB dan zoonosis tertarget <ul style="list-style-type: none"> • Dari sisi kebijakan • Dari sisi anggaran • Dari sisi promosi dan edukasi publik

Selama KLB/wabah	Parameter Evaluasi
Membangun kepercayaan dan keterlibatan publik yang terdampak dengan memiliki pemahaman yang baik terhadap situasi dan permasalahan, serta memahami khalayak sasaran dan pemangku kepentingan terkait.	Kepercayaan dan keterlibatan publik yang terdampak terhadap pelaksana, proses dan progres dari program komunikasi.
Menerapkan praktik komunikasi saat kondisi darurat, dari persiapan, penyusunan pesan, penentuan saluran dan metode komunikasi, hingga pemantauan dan evaluasi, berdasarkan pembelajaran dari kejadian sebelumnya.	Penerapan praktik komunikasi berlangsung dengan efektif, sejak dari persiapan, penyusunan pesan, penentuan saluran dan metode komunikasi, hingga pemantauan dan evaluasi.

Selama KLB/wabah	Parameter Evaluasi
Mengintegrasikan komunikasi risiko dengan struktur koordinasi di tingkat nasional dan daerah, termasuk membangun kapasitas dalam komunikasi risiko agar dapat memberikan tanggapan yang tepat dalam waktu singkat dan di tengah situasi penuh tekanan, serta melibatkan pihak-pihak yang tepat untuk mengambil tindakan/keputusan.	<ul style="list-style-type: none"> Integrasi struktur koordinasi di tingkat nasional dan daerah untuk komunikasi risiko Pelaksanaan kegiatan untuk membangun kapasitas dalam komunikasi risiko Keterlibatan pihak-pihak yang tepat untuk mengambil tindakan/keputusan.
Meningkatkan dukungan dan keterlibatan aktif pemangku kepentingan dan pembentuk opini untuk pencegahan dan pengendalian PIB dan zoonosis tertarget, baik dari segi kebijakan, anggaran, maupun kegiatan promosi dan edukasi publik.	Dukungan dan keterlibatan aktif pemangku kepentingan dan pembentuk opini untuk pencegahan dan pengendalian PIB dan zoonosis tertarget <ul style="list-style-type: none"> Dari sisi kebijakan Dari sisi anggaran Dari sisi promosi dan edukasi publik

5.B. Siapa yang melakukan?

Proses evaluasi bisa dilakukan oleh pihak internal atau eksternal organisasi.

5.C. Bagaimana melakukan?

Tabel berikut ini menjelaskan metrik dan parameter evaluasi yang bisa digunakan, serta metode apa saja yang disarankan untuk dilakukan.

Metrik	Parameter	Metode		Keterangan
		Kuantitatif	Kualitatif	
Paparan informasi: Sejauh mana program komunikasi telah dilakukan untuk meningkatkan paparan pesan dan konten kepada khalayak sasaran				
Pengetahuan dan perhatian	Pesan-pesan dalam pemberitaan media	Jumlah artikel yang mengandung pesan-pesan pokok	N/A	Pesan-pesan pokok perlu disepakati dan juru bicara telah dilatih untuk menyampaikannya.
	Pemberitaan atau komentar yang positif mengenai pesan	Analisis kuantitatif terhadap pemberitaan atau percakapan yang terjadi terkait pesan-pesan	Analisis kuantitatif terhadap pemberitaan atau percakapan yang terjadi terkait pesan-pesan	
	Statistik dari media digital	Waktu yang dihabiskan untuk mengakses, jumlah pengunjung/followers/fans, dll, materi yang diunduh.	N/A	Menggunakan instrumen seperti Google Analytics dan pengukuran untuk masing-masing platform media sosial.

Metrik	Parameter	Metode		Keterangan
		Kuantitatif	Kualitatif	
Engagement: Siapa, bagaimana dan di saluran mana khalayak sasaran berinteraksi/terlibat dengan pesan-pesan				
Partisipasi dan persepsi	Sentimen terhadap pesan atau percakapan terkait pesan	Jumlah pesan yang diteruskan oleh pemangku kepentingan atau khalayak sasaran	Studi persepsi/ sentimen melalui penilaian positive, netral, negatif terhadap pesan	Evaluasi dapat dilakukan melalui mekanisme polling atau survei singkat di website atau media sosial.
	Kehadiran di acara yang dilaksanakan	Persentase kehadiran berdasarkan jumlah undangan	N/A	Hasilnya dimasukkan dalam laporan kegiatan.
Pengaruh: Sejauh mana paparan dan engagement sudah memengaruhi persepsi dan sikap khalayak sasaran atau pemangku kepentingan				
Pengaruh	Hubungan dengan pemangku kepentingan	Studi mengenai hubungan yang terbina dengan menggunakan pengukuran kuantitatif	Pengukuran hubungan yang telah terjalin dengan pengukuran kualitatif.	
	Influencer tracking	Perhitungan pengaruh media sosial.	Pemetaan pemangku kepentingan	
Tindakan: Tindakan apa yang dilakukan sebagai dampak dari program komunikasi?				
Tanggapan	Permintaan informasi dari media atau pemangku kepentingan	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah pemberitaan berdasarkan permintaan media Jumlah pelatihan yang diadakan atau narasi positif yang diterbitkan Persentase siaran pers yang dijadikan berita atau cerita. Jumlah interaksi dengan media sesuai protokol atau panduan Kehadiran media dalam acara yang dilangsungkan Pemberitaan yang muncul atau percakapan yang terjadi terkait pesan 	Masukan dari media mengenai kualitas informasi yang diberikan dan interaksi yang terlaksana	

Metrik	Parameter	Metode		Keterangan
		<i>Kuantitatif</i>	<i>Kualitatif</i>	
	Interaksi pemangku kepentingan	Waktu yang dihabiskan untuk mengakses, jumlah pengunjung/followers/fans, dll, materi yang diunduh.	<ul style="list-style-type: none"> Identifikasi pemangku kepentingan dan penggolongan mereka berdasarkan interaksinya Testimoni atau dokumentasi dari pemangku kepentingan atau khalayak sasaran. 	Hasilnya dimasukkan dalam laporan kegiatan.
	[Tim internal] Lebih mahir menggunakan pesan-pesan pokok dan berinteraksi dengan media	N/A	Pengamatan mengenai praktik penyampaian pesan yang telah dilakukan juru bicara.	

Penyusunan materi komunikasi untuk mendukung program

Produksi	Pembuatan materi	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah materi dan konten yang telah diproduksi. Jumlah materi atau publikasi yang diunduh audiens. 	<ul style="list-style-type: none"> Kutipan atau informasi yang disebarkan pemangku kepentingan. Diskusi dan observasi terhadap orang-orang yang berpengaruh di lembaga pemerintah. 	Hasilnya dimasukkan dalam laporan kegiatan.
-----------------	------------------	---	--	---

Panduan Dan Perangkat Komunikasi Yang Baik

Untuk membantu pelaksanaan strategi komunikasi ini, dokumen ini telah dilengkapi dengan panduan dan perangkat komunikasi sebagai berikut:

- A. Tips menjadi juru bicara yang baik;
- B. Menyiapkan materi komunikasi (contohnya Berita Pers) yang baik;
- C. Mempersiapkan tim dengan daftar pertanyaan dan jawaban yang umumnya disampaikan audiens;
- D. Tips mengatasi pertanyaan-pertanyaan yang sulit baik dari pemangku kepentingan maupun khalayak sasaran;
- E. Menyiapkan dokumen ketika berperan sebagai pusat informasi masyarakat; dan
- F. Melakukan pemetaan pemangku kepentingan untuk menentukan prioritas dalam *stakeholder engagement*.

6.A. Tips Untuk Juru Bicara

Kemampuan komunikasi lisan (verbal):

- Sebelum menghadapi wawancara atau kesempatan berbicara, juru bicara harus sudah menyiapkan pesan-pesan pokok yang akan disampaikan disertai data-data atau informasi pendukung dari masing-masing pesan pokok
- Juru bicara harus selalu menyampaikan pesan-pesan pokok dalam setiap kesempatan berbicara
- Juru bicara dapat melakukan transisi atau *bridging* ke pesan-pesan pokok (apapun pertanyaan yang diajukan)
- Juru bicara tidak mengulang pernyataan negatif yang disampaikan penanya; bahkan seharusnya juru bicara bisa mengubah pernyataan negatif tersebut menjadi pernyataan positif atau dikaitkan dengan pesan-pesan pokok
- Selalu bersikap dan berpikir positif
- Juru bicara tidak perlu melayani pertanyaan-pertanyaan yang spekulatif atau mengarahkan ke hal-hal yang tidak diinginkan
- Juru bicara selalu menggunakan informasi atau fakta pendukung dari tiap pesan pokok yang disampaikan

Kemampuan komunikasi bahasa tubuh (non-verbal):

- Kontak mata perlu dipertahankan dengan pewawancara
- Jika juru bicara berbicara sambil duduk, gunakan kursi yang tidak berputar dan tidak beroda, sehingga juru bicara tidak bergerak-gerak dan mengganggu fokus penonton (terutama jika wawancara dilakukan secara langsung di televisi)
- Kadangkala gerakan tangan perlu digunakan untuk menekankan pesan-pesan yang Anda sampaikan
- Juru bicara perlu memperhatikan kecepatan dan nada berbicara agar tidak terlalu cepat/lambat atau terlalu tinggi/rendah
- Juru bicara menghindari ungkapan yang tidak perlu, seperti “hmm...” atau “eee..”
- Juru bicara menunjukkan sikap yang sesuai dengan situasi, misalnya tidak selalu tersenyum ketika membicarakan kasus

6.B. Format dan *Template* Siaran Pers

6.B.1. Tips Penulisan dan Format Siaran Pers (*PR Newswire*)

Pertimbangan mengenai isi Siaran Pers

- Apakah sudut pandang berita (*story angle*) yang digunakan berbeda dari cerita-cerita lainnya atau apakah ada perspektif berbeda yang ditawarkan oleh Siaran Pers ini?
- Apakah informasi atau pesan yang disampaikan mengandung informasi yang baru, walaupun topiknyanya tidak baru?
- Apakah informasi yang disampaikan menawarkan cara pandang baru atau bahkan solusi dari suatu permasalahan atau isu tertentu?
- Apakah informasi yang disampaikan dapat menggugah emosi pembaca?
- Apakah informasi yang disampaikan berisi kutipan dari orang-orang penting atau ternama?
- Apakah informasi yang disampaikan memiliki dampak lokasi geografis atau kondisi lingkungan tempat pembaca berada

Format Umum Siaran Pers

1. **Judul:** pernyataan singkat yang merupakan ringkasan dari berita dan ditulis dengan kata-kata yang menarik perhatian
2. **Subjudul (bisa ada atau tidak):** pernyataan pendukung untuk menjelaskan judul dan mempertegas informasi yang akan disampaikan
3. **Baris tanggal (Dateline):** penulisan kota asal informasi dan tanggal dari Siaran Pers
4. **Alinea pengantar (Lead):** alinea pertama yang umumnya mencakup informasi atau fakta yang menjelaskan siapa, apa, kapan, di mana, dan mengapa
5. **Isi:** alinea-alinea yang memberikan informasi pendukung dan keterangan lebih lanjut (seperti kutipan langsung, latar belakang yang relevan, dan data statistik)
6. **Boilerplate:** alinea yang memberikan informasi ringkas mengenai organisasi yang mengeluarkan Siaran Pers
7. **Sumber:** organisasi yang mengeluarkan Siaran Pers
8. **Informasi kontak media:** setidaknya ada informasi nama, nomor telepon dan alamat email dari humas organisasi yang dapat dihubungi jika media membutuhkan informasi lebih lanjut terkait Siaran Pers

Penulisan

- Siaran Pers ditulis dengan menggunakan kata ganti orang ketiga, bukan kata ganti orang pertama, seperti “saya” atau “kami” kecuali di dalam kutipan langsung dari narasumber
- Pertimbangkan perspektif pembaca: mengapa mereka perlu membaca informasi di dalam Siaran Pers ini? Sampaikan informasi dan fakta secara obyektif
- Ditulis dengan singkat dan padat; upayakan untuk jadi satu halaman dengan 400-500 kata
- Ditulis dengan gaya yang lugas dan jelas, agar tidak kehilangan minat pembaca untuk membaca hingga ke akhir tulisan
- Hindari kata-kata atau pernyataan yang komersial atau terlalu banyak menggunakan kata sifat
- Hindari memasukkan opini penulis di dalam Siaran Pers
- Hindari penggunaan jargon atau istilah teknis yang tidak atau belum tentu dipahami pembaca
- Periksa kembali dengan teliti agar tulisan terhindar dari kesalahan ketik atau penggunaan kata-kata yang kurang tepat

Optimalisasi

- Gunakan kata-kata kunci yang sering digunakan pencari informasi di mesin pencari seperti Google, agar Siaran Pers ini mudah ditemukan di dunia maya
- Gunakan kata-kata kunci di judul dan badan Siaran Pers, dan gunakan *hyperlink* jika memungkinkan, tetapi tidak berlebihan
- Sertakan juga elemen multimedia dan hubungkan Siaran Pers dengan pranala video seperti yang tersedia di YouTube atau gambar-gambar lainnya

- Unggah Siaran Pers ke situs web organisasi, dan kaitkan isinya ke situs web organisasi
- Dalam situasi krisis, lakukan pertemuan dengan media pada waktu yang tetap, misalnya setiap hari atau setiap dua hari sekali, di jam yang sama sehingga media dapat memperoleh informasi terkini secara berkala

Penyebaran

- Tentukan apakah informasi yang disampaikan cocok untuk disebarluaskan kepada khalayak sasaran yang luas, atau lebih tepat untuk kalangan terbatas
- Sebarkan melalui email atau selama acara Konferensi Pers berlangsung kepada media yang menjadi sasaran
- Hubungi media untuk melakukan pemantauan apakah Siaran Pers sudah diterima
- Pertimbangkan waktu pengiriman untuk disesuaikan dengan waktu yang tepat bagi media untuk menerima Siaran Pers
- Jika informasi dari Siaran Pers ditulis dalam format *feature*, maka media umumnya membutuhkan waktu lebih lama untuk menyiapkan tulisannya

6.B.2. Tips Penulisan Siaran Pers (Zach Cutler, The Cutler Group)

Setiap harinya, wartawan umumnya dibanjiri berbagai cerita dan informasi yang bisa ditulis menjadi berita. Karena itu, organisasi perlu memastikan bahwa Siaran Pers yang dikirimkan dapat menarik perhatian wartawan/media.

Berikut ini adalah delapan tips untuk menyusun Siaran Pers yang akan membantu organisasi tampil dengan profesional, aksesibel, dan menarik bagi media untuk ditulis menjadi berita.

1. Membuat judul yang menarik perhatian

Siaran Pers diawali dengan judul dan judul yang ditulis dengan baik akan menarik perhatian wartawan/media untuk mengembangkan berita yang baik. Judul perlu ditulis dengan akurat dan menarik perhatian.

2. Alinea pertama ditulis dengan lugas

Wartawan merupakan orang yang sibuk, sehingga mereka umumnya hanya membaca kalimat pertama dan membaca sekilas bagian lainnya. Pesan yang ingin disampaikan di Siaran Pers perlu disampaikan secara lugas dan poin-poin penting harus disampaikan di beberapa kalimat pertama. Alinea-alinea berikutnya mencakup informasi pendukung.

3. Masukkan angka-angka

Siaran Pers perlu menyertakan angka-angka yang akan mendukung informasi yang ingin disampaikan. Pernyataan yang disertai data berupa angka akan menjadikan Siaran Pers lebih menarik.

4. Tidak ada kesalahan penggunaan kata atau ketik

Siaran Pers perlu dibaca ulang untuk memastikan bahwa tulisan yang akan disebarluaskan sama sekali tidak memiliki kesalahan penggunaan kata atau ketik.

5. Masukkan kutipan jika memungkinkan

Memasukkan kutipan yang baik dari perwakilan organisasi atau pihak terkait lainnya dapat memberikan sentuhan personal pada Siaran Pers dan menjadi sumber informasi yang dibutuhkan untuk penulisan artikel.

6. Sebutkan informasi kontak

Jangan pernah lalai menyertakan nama dan rincian kontak untuk dihubungi oleh wartawan jika mereka membutuhkan informasi lebih lanjut. Jika perlu, informasi ini ditulis di bagian atas atau di halaman pertama Siaran Pers.

7. Satu halaman sangat disarankan, maksimal dua halaman

Batasi Siaran Pers dengan informasi yang ditulis dalam satu hingga dua halaman saja, sehingga informasi yang dipaparkan merupakan informasi paling penting sesuai kebutuhan wartawan.

8. Sediakan akses untuk memperoleh informasi lebih lanjut

Siaran Pers dapat juga dilengkapi dengan pranala ke situs web organisasi, sehingga wartawan/media dapat memperoleh informasi lebih rinci mengenai organisasi dan informasi pendukung lainnya yang diperlukan dalam menyusun artikel berita. Jangan biarkan wartawan mencari informasi sendiri. Sebaiknya mereka diarahkan untuk memperoleh informasi dari sumber-sumber yang dianjurkan organisasi.

6.C. Daftar Pertanyaan dan Jawaban (*Frequently Asked Questions/FAQ*)⁶

6.C.1. Contoh FAQ mengenai zoonosis

Tanya (T): Dapatkah hewan menularkan penyakitnya kepada manusia?

Jawab (J): Ya, bisa. Penyakit yang ditularkan dari hewan ke manusia disebut penyakit “zoonosis”.

⁶ Sumber: www.avma.org/public/PetCare/Pages/Pets-and-Zoonotic-Diseases-FAQs.aspx; www.who.int/csr/disease/ebola/faq-ebola/en/; Seri Pesan Flu Burung Pada Manusia (Panduan untuk Fasilitator dan Motivator Aisyiyah dalam melakukan penyuluhan kepada anggota pengajian mengenai upaya pencegahan dan respon terhadap Flu Burung pada manusia), *Strategies Against Flu Emergence/SAFE USAID*.

T: Apakah penyakit zoonosis mematikan?

J: Beberapa penyakit dapat merenggut nyawa, seperti rabies. Beberapa lainnya tidak menyebabkan kematian, tetapi tetap saja dapat membuat Anda jatuh sakit.

T: Seberapa besar risiko saya atau anak saya akan terinfeksi penyakit zoonosis?

J: Risikonya rendah, jika Anda menjaga kebersihan dan menjaga kesehatan hewan Anda.

T: Siapa saja yang rentan terhadap penyakit ini dan kemudian jatuh sakit?

J: Orang dengan daya tahan tubuh atau imunitas yang tidak bekerja dengan baik memiliki risiko lebih tinggi untuk terinfeksi dan jatuh sakit karena tubuhnya tidak mampu melawan infeksi sebagaimana orang sehat. Anak-anak, lansia, orang dengan penyakit kanker dan HIV, orang yang sedang menjalani terapi medis seperti kemoterapi atau sedang minum obat steroid perlu lebih berhati-hati dalam berinteraksi dengan hewan karena mereka lebih rentan terserang infeksi.

T: Bagaimana saya dapat mencegah hewan piaraan saya agar tidak membuat manusia sakit?

J: Ada beberapa langkah-langkah sederhana yang dapat Anda lakukan untuk melindungi hewan piaraan dan keluarga Anda dari infeksi penyakit.

- Pertama-tama, hewan piaraan yang sehat akan kecil kemungkinannya untuk membawa penyakit yang dapat menginfeksi Anda. Membawa hewan piaraan Anda ke dokter hewan untuk pemeriksaan rutin, vaksinasi, dan mendapat obat cacingan merupakan cara sederhana untuk menjaga kesehatan hewan piaraan. Menjauhkan hewan piaraan Anda dari kutu dan serangga juga penting. Jika Anda membeli hewan piaraan, jangan membeli hewan yang terlihat sakit atau tidak sehat.
- Gunakan sarung tangan ketika membersihkan kotoran atau tempat pembuangan kotoran hewan piaraan, serta gunakan alat agar tangan Anda tidak bersentuhan langsung dengan kotoran hewan.
- Jagalah agar tempat pembuangan kotoran hewan tetap bersih dan jangan biarkan kotoran hewan ada di halaman rumah Anda.
- Cucilah tangan Anda dengan baik setelah memegang hewan, atau menyiapkan makanan atau tempat istirahatnya, atau membersihkan kotorannya, walau Anda sudah menggunakan sarung tangan. Cuci tangan ini sangat penting dilakukan terutama ketika Anda akan makan. Pastikan anak Anda mencuci tangan dengan benar setelah berinteraksi dengan hewan piaraan. Bantulah anak Anda mencuci tangan dengan benar jika perlu.

- Hindarkan hewan piaraan Anda atau anak Anda dari kontak dengan hewan liar, karena hewan liar memiliki kemungkinan lebih besar untuk menginfeksi hewan piaraan Anda, yang mungkin saja menginfeksi Anda juga.
- Jagalah kesehatan keluarga Anda. Jika anggota keluarga Anda sehat, kecil kemungkinan mereka akan terinfeksi, bahkan jika hewan piaraannya terinfeksi, karena daya tahan tubuh mereka yang baik.

Untuk informasi lebih lanjut mengenai pencegahan penyakit zoonosis, bisa melihat materi berikut.....

Pemerintah Indonesia memiliki panduan bagi keluarga yang gemar memelihara hewan. Panduan tersebut dapat dilihat di <http://www.....>

6.C.2. Contoh FAQ mengenai PIB

Flu Burung

T: Apakah flu burung itu?

J: Flu burung adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus H5N1 yang menyerang unggas namun dapat menular pada manusia dan menyebabkan kematian.

T: Apa saja tanda-tanda atau gejala-gejalanya seseorang sudah terinfeksi flu burung?

J: Gejala-gejala flu burung mirip dengan flu pada umumnya, yaitu demam tinggi, lebih atau sama dengan 38° C; batuk; radang tenggorokan. Yang membedakan adalah sesak napas. Namun ingat, sesak napas berarti kondisi sudah sangat parah.

T: Apa saja tanda-tanda yang perlu diperhatikan untuk membedakan flu burung dengan flu biasa?

J: Waspadalah, jika 7 hari sebelum sakit Anda melakukan kontak dengan unggas sakit atau mati mendadak; kontak dengan kotoran dan bulu unggas; kontak dengan daging, telur, dan jeroan mentah; serta kontak dengan lokasi berjualan unggas dan peternakan.

T: Mengapa kita perlu waspada terhadap penyakit flu burung?

J: Flu burung sulit diberantas, salah satunya karena hidup dengan unggas adalah hal biasa di Indonesia. Selain itu, kematian akibat flu burung tinggi karena salah satunya masyarakat Indonesia suka mengobati diri sendiri.

T: Apakah yang dapat dilakukan untuk mencegah penularan flu burung?

J: Hiduplah yang sehat dan aman dengan unggas:

- Cucilah tangan dengan sabun dan air mengalir setelah kontak dengan unggas, sebelum makan, dan sebelum menyiapkan makanan.
- Beli selalu daging unggas yang sehat dan masak hingga matang.

- Jangan menyembelih dan memakan unggas yang sakit atau mati.
- Jangan biarkan anak-anak bermain dengan unggas.
- Jangan biarkan unggas berkeliaran di dalam rumah.
- Mandi, ganti dan cuci pakaian dengan sabun setelah kontak dengan unggas.

T: Apa saja yang menjadi sumber risiko di sekitar lingkungan kita?

J: Ayam sakit (cairan dan bulunya); bangkai ayam; kotoran unggas yang tanpa sengaja terbawa misalnya di telapak alas kaki atau ban sepeda; tempat menyembelih hewan; drainase; kandang ayam; tempat berjualan ayam.

T: Apa yang perlu saya lakukan jika saya curiga sudah terinfeksi flu burung?

J: Jangan menunda, segera periksakan diri ke Puskesmas/Klinik/RS sebelum 2 hari atau 48 jam. Lalu bantulah petugas kesehatan dalam melakukan diagnosa yang tepat dengan menceritakan riwayat kontak Anda dengan ayam/ternak.

Penyakit lainnya

T: Apakah penyakit [atau nama penyakit lain]?

J:

T: Mengapa kita perlu waspada terhadap penyakit ini?

J:

T: Bagaimana cara penularan penyakit tersebut?

J:

T: Siapa yang berisiko terkena penyakit ini?

J:

T: Apa saja tanda-tanda atau gejala-gejalanya seseorang sudah terinfeksi?

J:

T: Bagaimana tanda klinis penyakit ini pada hewan?

J:

T: Kapan kita perlu mencari pertolongan medis?

J:

T: Apa saja tindakan yang perlu dilakukan jika terinfeksi penyakit ini?

J:

T: Apa yang harus dilakukan? Dapatkah penyakit ini dicegah? Apakah sudah ada vaksinnya?

J:

6.C.3. Contoh FAQ mengenai *One Health*

T: Apa yang dimaksud dengan '*One Health*'?

J: '*One Health*' merupakan pendekatan untuk merancang dan menerapkan program, kebijakan, penyusunan peraturan dan penelitian dimana berbagai sektor berkomunikasi dan bekerja bersama untuk mencapai hasil kesehatan masyarakat yang lebih baik. Bidang-bidang yang relevan untuk menggunakan pendekatan *One Health* antara lain keamanan pangan, pengendalian zoonosis (penyakit-penyakit yang disebarkan antara hewan dan manusia, seperti flu, rabies dan Rift Valley Fever), dan melawan resistensi antibiotik (ketika bakteri berubah setelah terekspos dengan antibiotik dan bakteri menjadi lebih sulit untuk dilawan).

T: Mengapa kita memerlukan pendekatan *One Health*?

J: Banyak mikroba yang menginfeksi manusia dan hewan, karena mereka tinggal di ekosistem yang sama. Berbagai upaya yang dilakukan oleh 1 sektor tidak dapat mencegah atau menyelesaikan permasalahan. Sebagai contoh, rabies pada manusia akan efektif dicegah hanya dengan menargetkan hewan yang menjadi sumber virus, misalnya dengan melakukan vaksin pada anjing. Informasi mengenai virus influenza yang beredar diantara hewan menjadi penting untuk pemilihan virus yang dibuat menjadi vaksin bagi manusia untuk potensi terjadi pandemi influenza. Mikroba yang resisten terhadap obat dapat ditularkan antara hewan dan manusia melalui kontak langsung atau melalui pangan yang sudah tercemar. Karena itu, untuk mencegahnya dengan efektif, dibutuhkan pendekatan yang mengkoordinasikan sektor manusia dan hewan.

T: Bagaimana membuat pendekatan *One Health* terlaksana dengan baik?

J: Berbagai profesi dengan beragam keahlian yang aktif di berbagai sektor, contohnya kesehatan masyarakat, kesehatan hewan, tanaman dan lingkungan hidup, perlu bergabung untuk mendukung pendekatan *One Health*. Untuk mendeteksi, merespons, dan mencegah KLB/wabah zoonosis dan permasalahan keamanan pangan secara efektif, data epidemiologi dan informasi laboratorium perlu dibagikan ke seluruh sektor. Aparat pemerintah, peneliti dan pekerja lintas sektor di tingkat lokal, nasional, regional dan global perlu menerapkan respons bersama untuk ancaman-

ancaman di bidang kesehatan. World Health Organization (WHO) bekerja sama dengan Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) dan World Organisation for Animal Health (OIE) untuk mempromosikan to respons multi sektor terhadap ancaman keamanan pangan, risiko-risiko dari zoonosis, dan berbagai ancaman kesehatan masyarakat pada wilayah manusia-hewan-ekosistem dan memberikan panduan bagaimana mengurangi risiko-risiko ini.

6.D. Jenis Pertanyaan Sulit dan Tips Mengatasinya

Pertanyaan hipotetis atau spekulatif (*The hypothetical or speculative questions*)

Contoh pertanyaan hipotetis terkait PIB dan zoonosis tertarget dan atau pendekatan One Health

Pilihan yang menyesatkan (*The false choice*)

Contoh pertanyaan menyesatkan terkait PIB dan zoonosis tertarget dan atau pendekatan One Health

Pilihan ganda (*The multiple choice*)

Contoh pertanyaan pilihan ganda terkait PIB dan zoonosis tertarget dan atau pendekatan One Health

Berbicara atas nama orang lain (*Speaking on Behalf of Others*)

Contoh pertanyaan "berbicara atas nama orang lain" terkait PIB dan zoonosis tertarget dan atau pendekatan One Health

Pertanyaan jaminan (*The cast-iron guarantee*)

Contoh pertanyaan jaminan terkait PIB dan zoonosis tertarget dan atau pendekatan One Health

Informasi yang salah (*The false premise or false information*)

Contoh pertanyaan informasi yang salah terkait PIB dan zoonosis tertarget dan atau pendekatan One Health

Pertanyaan menjebak (*The leading question*)

Contoh pertanyaan menjebak terkait PIB dan zoonosis tertarget dan atau pendekatan One Health

6.E.2. Formulir *Briefing* untuk Juru Bicara menghadapi Wawancara Media

Media/Acara		
Tanggal, Waktu, Tempat Wawancara		
Nama jurnalis, nomor HP, dan akun media sosial		
Informasi/peranan yang diperlukan (e.g. latar belakang, kutipan, pembicara diskusi panel)		
Jenis wawancara (e.g. siaran langsung, siaran tunda, radio, telepon, televisi)		
Tambahan informasi mengenai pewawancara dan format wawancara		
Jadwal penayangan		
Topik wawancara dan daftar pertanyaan yang mungkin diajukan		

6.E.3. Formulir Catatan Komentar di Media Sosial

Tanggal	Waktu	Komentar media sosial & lokasi (termasuk tautan)	Respons (bila ada)

6.F. Pemetaan Pemangku Kepentingan dan Kategorisasi Media

6.F.1. Pemetaan Pemangku Kepentingan (Stakeholder Mapping)

Langkah-langkah dalam pemetaan pemangku kepentingan:

- Identifikasi pemangku kepentingan yang relevan dalam PIB dan zoonosis tertarget dari berbagai kelompok seperti instansi pemerintah, pakar/akademisi, anggota parlemen, pihak swasta seperti perusahaan telekomunikasi, dan perwakilan masyarakat, dll.
- Penyusunan daftar pemangku kepentingan berdasarkan kelompoknya; semakin spesifik dan rinci daftar ini akan semakin baik
- Penentuan matriks pemetaan untuk digunakan sebagai analisis. Contoh matriks:
 - **Axis Y:** Pengaruh pemangku kepentingan terkait isu PIB dan zoonosis tertarget
 - **Axis X:** Hubungan yang telah terbina antara organisasi dengan pemangku kepentingan
- Analisis untuk memetakan pemangku kepentingan berdasarkan matriks dan parameter yang sudah disepakati. Informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, baik data primer maupun sekunder, bisa digunakan sebagai dasar analisis pemangku kepentingan
- Contoh parameter yang bisa digunakan untuk memetakan pemangku kepentingan adalah sebagai berikut:

Axis Y: Pengaruh pemangku kepentingan terkait isu PIB dan zoonosis tertarget

1. Relevansi antara isu dengan pemangku kepentingan
 - Nilai rendah diberikan jika pemangku kepentingan kurang/tidak relevan dengan isu
 - Nilai tinggi diberikan jika pemangku kepentingan sangat relevan dengan isu
2. Visibilitas pemangku kepentingan di media massa
 - Nilai rendah diberikan jika visibilitas pemangku kepentingan di media massa rendah
 - Nilai tinggi diberikan jika visibilitas pemangku kepentingan di media massa tinggi
3. Reputasi yang terbentuk
 - Nilai rendah diberikan jika reputasi pemangku kepentingan belum terbentuk dan/atau teruji
 - Nilai tinggi diberikan jika reputasi pemangku kepentingan sudah terbukti positif dalam kurun waktu relatif lama

4. Pemahaman terhadap isu PIB dan zoonosis tertarget
 - Nilai rendah diberikan jika pemangku kepentingan memiliki pemahaman yang dangkal terhadap isu
 - Nilai tinggi diberikan jika pemangku kepentingan memiliki pemahaman yang dalam terhadap isu

Axis X: Hubungan yang telah terbina antara organisasi dengan pemangku kepentingan

1. Hubungan telah terjalin atau belum
 - Nilai rendah diberikan jika hubungan belum terjalin sama sekali
 - Nilai tinggi diberikan jika hubungan sudah berjalan baik
2. Komitmen organisasi dalam menjalin hubungan
 - Nilai rendah diberikan jika komitmen organisasi belum terlihat/terbukti dalam menjalin hubungan dengan pemangku kepentingan
 - Nilai tinggi diberikan jika komitmen organisasi sudah terlihat/terbukti dalam menjalin hubungan dengan pemangku kepentingan
3. Aksesibilitas organisasi dalam menjalin hubungan
 - Nilai rendah diberikan jika pemangku kepentingan belum memiliki akses ke organisasi
 - Nilai tinggi diberikan jika pemangku kepentingan sudah berinteraksi dengan organisasi dalam waktu relatif lama
4. Kepercayaan pemangku kepentingan terhadap organisasi
 - Nilai rendah diberikan jika kepercayaan terhadap organisasi rendah
 - Nilai tinggi diberikan jika kepercayaan terhadap organisasi tinggi

Penilaian berdasarkan parameter tersebut diilustrasikan dalam matriks seperti contoh berikut:



6.F.2. Kategorisasi Media

Untuk melakukan prioritas terhadap media massa yang jumlahnya sangat banyak di Indonesia, perlu dilakukan pengelompokan media berdasarkan tingkat kepentingan media tersebut terhadap pembuatan kebijakan atau pembentukan opini publik.

Tier 1: media yang dipandang kredibel dan dijadikan sumber informasi terpercaya oleh **semua atau sebagian besar** para pembuat kebijakan atau pengambil keputusan, karena kemampuan media tersebut untuk **membentuk opini publik yang luas, seperti di tingkat nasional atau di sebagian besar wilayah Indonesia**. Media dari kelompok Tier 1 adalah media dengan **“suara” yang signifikan** di antara khalayak sasaran dan pemangku kepentingan organisasi secara umum, atau terkait PIB dan zoonosis tertarget secara khusus.

Tier 2: media yang dipandang kredibel dan dijadikan sumber informasi terpercaya oleh **sebagian** dari pembuat kebijakan atau pengambil

keputusan, karena kemampuan media tersebut untuk **membentuk opini publik yang cukup luas, seperti di tingkat daerah atau di sebagian besar wilayah Indonesia**. Media dari kelompok Tier 2 adalah media dengan **“suara” yang cukup signifikan** di antara khalayak sasaran dan pemangku kepentingan organisasi secara umum, atau terkait PIB dan zoonosis tertarget secara khusus.

Tier 3: media yang dipandang kredibel dan dijadikan sumber informasi terpercaya oleh **kalangan terbatas** di pembuat kebijakan atau pengambil keputusan, karena kemampuan media tersebut untuk membentuk opini publik di kalangan tertentu, seperti di tingkat daerah atau di antara kalangan dengan demografi atau psikografi tertentu. Media dari kelompok Tier 3 adalah media yang memiliki **“suara” yang cukup signifikan** di antara khalayak sasaran dan pemangku kepentingan organisasi secara umum, atau terkait PIB dan zoonosis tertarget secara khusus.

Daftar Referensi

Centers for Disease Control and Prevention.

2012. *Crisis and emergency risk communication manual*. Atlanta, GA, CDC. http://emergency.cdc.gov/cerc/resources/pdf/cerc_2012edition.pdf

Codex Alimentarius Commission. Revised

2013. *Codex guidelines for the exchange of information in food control emergency situations*, CAC/GL 19-1995. http://www.codexalimentarius.org/download/standards/36/CXG_019e.pdf

EFSA. 2012. *When food is cooking up a storm.*

Proven recipes for risk communication. European Food Safety Agency. <http://www.efsa.europa.eu/en/corporate/pub/riskcommguidelines.htm>

FAO/WHO. 2011. *Guide for application of risk analysis principles and procedures during food safety emergencies*. http://whqlibdoc.who.int/publications/2011/9789241502474_eng.pdf

FAO/WHO. 2016. *Risk Communication Applied To Food Safety: Handbook*. Food Safety and Quality Series, 2. Rome, Food and Agriculture Organization. Rome, Food and Agriculture Organization and World Health Organization

FAO/WHO. 1998. *The application of risk communication to food standards and safety matters*. FAO Food and Nutrition paper 70. Rome, Food and Agriculture Organization. <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/005/x1271e/x1271e00.pdf>

Health Canada and the Public Health Agency of Canada. 2013. *Protocols for health emergency risk communication*, May 2013 (v.18). Communications and Public Affairs Branch, Health Canada and the Public Health Agency of Canada.

Sandman, P.M. & Lanard, J. 2011. *Explaining and*

proclaiming uncertainty: Risk communication lessons from Germany's deadly E. coli outbreak. <http://www.psandman.com/col/GermanEcoli.htm>

WHO. 2017. *Communicating Risk in Public Health Emergencies*. Geneva, World Health Organization. <http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/259807/2/9789241550208-eng.pdf?ua=1>

WHO. 2005. *Outbreak Communication Guidelines*. Geneva, World Health Organization. http://www.who.int/csr/resources/publications/WHO_CDS_2005_28en.pdf?ua=1

Situs Web Dengan Materi Pelatihan Yang Relevan

FoodRisc Resource Centre. A resource centre for food risk and benefit communication: <http://resourcecentre.foodrisc.org/>

International Center of Excellence in Food Risk Communication: <http://www.foodriskcommunications.org/>

International Food Information Council Foundation: www.foodinsight.org

WHO Web site on Risk Communication: <http://www.who.int/risk-communication/en/>

