

Lampiran 1

Surat Undangan Direktur Pemberdayaan  
Masyarakat dan Pelaku Usaha Pangan Olahan

Nomor : B-PM.02.04.55.01.24.13.

Tanggal : 12 Januari 2024

**Kerangka Acuan Kegiatan /Term of Reference  
MEDIA SOCIAL VIDEO CHALLENGE  
AYO JADI SAHABAT BPOM/  
EDUKASI OBAT AMAN/EDUKASI MAKANAN AMAN DAN BERNUTRISI  
(INFORMASI NILAI GIZI)/COUNTER HOAX  
OBAT DAN MAKANAN**

---

**I. LATAR BELAKANG**

**a. Dasar Hukum**

- i. Undang-Undang No. 18 Tahun 2012 tentang Pangan
- ii. Undang-undang No.36 Tahun 2009 tentang Kesehatan
- iii. Peraturan Pemerintah 86 tahun 2019 tentang Keamanan Pangan
- iv. Peraturan Presiden Republik Indonesia No.80 Tahun 2017 Tentang Badan Pengawasan Obat dan Makanan;
- v. Instruksi Presiden Republik Indonesia No.3 Tahun 2017 Tentang Peningkatan Efektivitas Pengawasan Obat dan Makanan
- vi. Permenkes 30 tahun 2013 tentang Pencantuman Informasi Kandungan Gula, Garam, Lemak serta Pesan Kesehatan Untuk Pangan Olahan dan Pangan Siap Saji
- vii. Peraturan BPOM 22 tahun 2019 tentang Informasi Nilai Gizi Pada Label Pangan Olahan

**b. Gambaran Umum**

Badan POM memiliki peranan penting dalam memelihara dan meningkatkan derajat kesehatan masyarakat melalui Obat dan Makanan yang aman, bermutu dan bermanfaat. Informasi dan isu mengenai keamanan obat dan makanan selalu menarik perhatian masyarakat luas.

Informasi adalah keterangan, gagasan, maupun kenyataan-kenyataan yang perlu diketahui oleh masyarakat sedangkan Edukasi adalah proses perubahan perilaku kearah yang positif. Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang begitu pesat dewasa ini membuat informasi semakin mudah diakses. Gelombang informasi yang disalurkan baik melalui media mainstream seperti media cetak dan media elektronik atau media online dan

media sosial memiliki dampak positif dan negatif. Hal ini membuat masyarakat semakin kritis sekaligus dilematis, karena ketidaktepatan cara memperoleh dan memilih informasi justru akan membuat publik rentan terhadap paparan informasi yang belum teruji validitasnya. Pada akhirnya masyarakat bisa saja keliru dalam menyikapi setiap informasi yang ada, termasuk informasi tentang Keamanan Obat dan Makanan.

Badan POM sebagai instansi pemerintah yang melakukan pengawasan Obat dan Pangan, melaksanakan pengawasan secara full spectrum, mulai dari pre-market evaluation, post-market control, penegakan hukum, dan pemberdayaan masyarakat. Pengawasan pre-market dan post-market control dilakukan dengan evaluasi keamanan, manfaat, mutu, dan kebenaran penandaan pada label, dengan diterbitkannya nomor izin edar/ nomor notifikasi. Adapun pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan cara pemberian informasi keamanan obat dan makanan melalui kegiatan komunikasi, informasi, dan edukasi konsumen. Ada berbagai macam jenis media yang dapat digunakan sebagai media kegiatan informasi dan edukasi, yaitu media cetak (majalah, buku, leaflet) dan media elektronik (video, film, lagu). Melihat begitu banyak pengguna media elektronik, maka media elektronik berupa video dapat digunakan sebagai salah satu media yang efektif dalam menyampaikan informasi keamanan obat dan makanan.

Menyampaikan informasi keamanan pangan kepada masyarakat memerlukan strategi komunikasi risiko karena memiliki peran strategis dalam membentuk opini publik yang pada akhirnya bisa mempengaruhi tindakan publik. Strategi komunikasi risiko menjadi hal yang vital dalam kesehatan masyarakat terutama ketika terjadi masalah darurat kesehatan masyarakat misalkan kasus keracunan pangan dan isu keamanan obat dan makanan.

Komunikasi risiko membutuhkan keahlian dalam melakukan penilaian risiko dan kemampuan untuk menerjemahkan informasi ilmiah menjadi pesan yang berorientasi pada aksi dengan persepsi yang sama antara pemberi dan penerima pesan. Pemberi informasi harus memahami kebutuhan serta keinginan dari masyarakat.

Perkembangan teknologi pada era modern ini membentuk masyarakat yang kreatif dalam memanfaatkan kecanggihan teknologi dan informasi. Pemanfaatan media sosial saat ini banyak digunakan oleh generasi milenial dan zilenial. Masyarakat dapat berekspresi mengasah bakat melalui karya, salah satunya membuat konten video (*Tiktok, Instagram, YouTube, Facebook*). Hal ini memberi kontribusi positif, khususnya menjadi media informasi yang memudahkan masyarakat untuk memperoleh atau mengakses informasi yang benar.

Dalam rangka memperingati HUT BPOM ke-23, dengan tema Kolaborasi hingga Pelosok Negeri untuk Melindungi Masyarakat, akan diadakan kegiatan *Media Social Video Challenge (Tiktok, Instagram, YouTube,*

*Facebook*) sebagai bentuk edukasi kepada masyarakat. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat akan pentingnya obat dan pangan aman.

## II. TUJUAN

- a. Meningkatnya pemahaman masyarakat tentang obat dan pangan aman
- b. Sebagai sarana belajar yang menarik bagi masyarakat sehingga lebih mudah memahami

## III. SASARAN, KELUARAN, INDIKATOR KELUARAN

### a. Sasaran

Masyarakat umum

### b. Keluaran

1. Teredukasinya masyarakat tentang obat aman, makanan aman dan bernutrisi (Informasi Nilai Gizi), dan *counter hoax* obat dan makanan
2. Terselenggaranya branding pesan obat dan makanan aman

### c. Indikator Keluaran

Pembuatan konten video (*Tiktok, Instagram, YouTube, Facebook*), Ayo Jadi Sahabat BPOM/edukasi obat aman/edukasi makanan aman dan bernutrisi (Informasi Nilai Gizi)/*counter hoax* obat dan makanan

## IV. OUTPUT DAN OUTCOME KEGIATAN

*Output* yang diharapkan dari kegiatan ini adalah konten video Ayo Jadi Sahabat BPOM/edukasi obat aman/edukasi makanan aman dan bernutrisi (Informasi Nilai Gizi)/*counter hoax* obat dan makanan.

*Outcome* yang diharapkan dari kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman masyarakat umum terkait obat aman, makanan aman dan bernutrisi (Informasi Nilai Gizi), dan *counter hoax* obat dan makanan

## V. LINGKUP KEGIATAN

### a. Input Kegiatan

Sosialisasi terkait edukasi obat aman, makanan aman dan bernutrisi (Informasi Nilai Gizi), dan *counter hoax* obat dan makanan

### b. Penanggung Jawab

Direktorat Pemberdayaan Masyarakat dan Pelaku Usaha Pangan Olahan, Deputi Bidang Pengawasan Pangan Olahan, Badan POM

### c. Pelaksana

Direktorat Pemberdayaan Masyarakat dan Pelaku Usaha Pangan Olahan,

Deputi Bidang Pengawasan Pangan Olahan, Badan POM.

- d. Penerima Manfaat**  
Masyarakat umum.

## **VI. PELAKSANAAN KEGIATAN**

### **a. Tempat Pelaksanaan**

Wilayah Indonesia

### **b. Waktu**

Januari - Minggu ke II Februari 2024.

### **c. Acara/ Kegiatan**

Bentuk kegiatan berupa:

*Media Social Video Challenge (Tiktok, Instagram, YouTube, Facebook) Ayo jadi Sahabat BPOM/edukasi obat aman/edukasi makanan aman dan bernutrisi (Informasi Nilai Gizi)/counter hoax obat dan makanan.*

Pelaksanaan lomba pada Januari 2024

Peserta : masyarakat umum, kecuali wartawan

Ketentuan lomba:

- a. Video durasi minimal 30 detik dan maksimal 120 detik, diunggah pada media sosial masing-masing anak (*Tiktok, Instagram, YouTube, Facebook*), follow media sosial klubpompri dan menggunakan tagar:  
#AyoJadiSahabatBPOM  
#EdukasiObatMakanan  
#CounterHoaxObatMakanan  
#BPOMRI
- b. Tidak mengandung unsur SARA, politik (tidak ada atribut partai politik/alat peraga kampanye), kekerasan, dan pornografi.
- c. Jika menampilkan produk, tidak memperlihatkan nama dagang
- d. Merupakan karya sendiri, bebas dari unsur plagiasi dan tidak melanggar HAKI. Harus ada surat pernyataan bebas plagiasi
- e. Acuan materi yang digunakan dapat melihat di akun media sosial resmi unit kerja di BPOM, yaitu:  
Instagram : @bpom\_ri  
@pmpupangan.bpom  
@wasdarpangan.bpom  
@kmei.bpom  
  
Youtube : @KlubPompri  
@ditwaskmeiobatdannappza355

@direktoratpengawasanpereda3413

Terlampir Panduan Media Sosial Video Challenge (*Tiktok, Instagram, YouTube, Facebook*) sebagai lampiran dalam KAK ini.

**VII. ALOKASI SUMBER DAYA**

Pendanaan anggaran ditanggung oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan.

**VIII. JADWAL KEGIATAN**

Kegiatan	Waktu
Pembahasan penyusunan kriteria dan administrasi surat pemberitahuan ke UPT	3 – 5 Januari 2024
Pengumuman lomba, konsolidasi peserta (pramuka, sekolah, ormas, asosiasi, dll) melalui instagram BPOM, Dit PMPU PO dan Klub POMPI	8 – 11 Januari 2024
Penerimaan video	15 – 26 Januari 2024
Penilaian juri pusat	27 Januari – 1 Februari 2024
Justifikasi professional pimpinan untuk penentuan juara	2 - 3 Februari 2024

**IX. PENUTUP**

Kegiatan ini penting dilakukan untuk memberikan edukasi dan memberikan pemahaman kepada masyarakat umum untuk menjadi konsumen yang cerdas menjadi Sahabat BPOM dan *counter* berita *hoax*.

Jakarta, 04 Januari 2024

Direktur Pemberdayaan Masyarakat dan  
Pelaku Usaha Pangan Olahan



Ema Setyawati, S.Si.,Apt.,ME

**PANDUAN TATA CARA PENILAIAN  
MEDIA SOCIAL VIDEO CHALLENGE**

Kriteria penilaian :

No	Kriteria Lomba	Video	Skor	Range nilai
	Nama Juri/Nilai			
1	Tema	"Ayo Jadi Sahabat BPOM/edukasi obat aman/edukasi makanan aman dan bernutrisi (Informasi Nilai Gizi)/counter hoax obat dan makanan"	S/TS	
2	Platform	Upload video di YouTube (short) atau TikTok atau Instagram atau Facebook	S/TS	
3	Peserta	Peserta perorangan atau kelompok dengan anggota maksimal 3 orang	S/TS	
4	Ketentuan Umum	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak mengandung unsur SARA, politik (tidak ada atribut partai politik/alat peraga kampanye), kekerasan, dan pornografi.</li> <li>• Identitas peserta jelas (mencantumkan nama, asal, nomor HP, nomor rekening) jika dalam tim agar mencantumkan nama, nomor HP dan nomor rekening masing-masing peserta</li> <li>• Jika menampilkan produk, tidak memperlihatkan nama dagang.</li> <li>- Merupakan karya sendiri, bebas dari unsur plagiasi dan tidak melanggar HAKI</li> <li>- wajib mencantumkan tagar : #AyoJadiSahabatBPOM #EdukasiObatMakanan #CounterHOAXObatMakanan #BPOMRI</li> <li>- Peserta boleh mengirimkan lebih dari 1 video, maksimal 3 video</li> <li>- Jika menggunakan selain Bahasa Indonesia, harus mencantumkan subtitle Bahasa Indonesia</li> <li>- Format video YouTube Shorts: 9:16 (vertical) Tiktok: 9:16 (vertical) Instagram Reels: 9:16 (vertical) Facebook: 9:16 (vertical)</li> <li>- Menjadi poin tambahan jika berkolaborasi dengan pihak lain (personal atau komunitas tertentu)</li> <li>- Media yang dikirimkan kepada panitia menjadi milik</li> </ul>	S/TS	

No	Kriteria Lomba	Video	Skor	Range nilai
		<p>panitia dan dapat dimanfaatkan untuk kegiatan di lingkungan BPOM (hak cipta tetap menjadi milik peserta)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pihak panitia dan dewan juri tidak bertanggung jawab atas hal apapun mengenai video yang dikirimkan apabila terjadi penuntutan kepemilikan/hak cipta atas sebagian/seluruh bagian video yang dikirim dan hal-hal lainnya yang membuat kerugian dengan nilai ataupun tanpa nilai bagi peserta maupun pihak lain</li> <li>- Panitia berhak mendiskualifikasi video peserta sebelum dan sesudah penjurian apabila dianggap tidak memenuhi ketentuan.</li> <li>- Peserta dianggap telah menyetujui semua persyaratan yang ditetapkan atas karya video yang dikirim.</li> </ul>		
5	Ketentuan lain	<p>Follower Instagram Klubpompi  Follower Instagram official BPOM  Follower Instagram Direktorat Pemberdayaan Masyarakat dan Pelaku Usaha Pangan Olahan  Follower Instagram Direktorat Pengawasan Peredaran Pangan Olahan  Follower Instagram Direktorat KMEI  Follower Youtube KlubPompi  Follower Youtube Direktorat KMEI  Follower Youtube Direktorat Pengawasan Peredaran Pangan Olahan  (dicek admin)  Penjelasan: dicek dari awal, jika tidak follow tidak dinilai</p>		
4.	Aspek Penilaian	<p>1. Kesesuaian isi/konten video dengan tema  Penjelasan: Sesuai dengan tema "Ayo Jadi Sahabat BPOM/edukasi obat aman/edukasi makanan aman dan bernutrisi (Informasi Nilai Gizi)/counter hoax obat dan makanan"</p>	200	40 (STS), 80 (TS), 120 (BS), 160 (S), 200 (SS)
		<p>2. Penyampaian pesan komunikatif, mudah dipahami, dan jelas  Penjelasan: lebih ke arah story telling jelas/runut</p>	300	60 (STS), 120 (TS), 180 (BS), 240 (S), 300 (SS)
		<p>3. Kreatifitas, kualitas gambar, dan kualitas suara (audio visual)  Penjelasan: jika pakai tulisan harus mudah dilihat, mudah dibaca. Jika pakai audio, artikulasi terdengar baik dan jelas.</p>	200	40 (STS), 80 (TS), 120 (BS), 160 (S), 200 (SS)

No	Kriteria Lomba	Video	Skor	Range nilai
		4. Keserasian dalam performa Penjelasan: jika ada lagu/musik pengiring yang sesuai dengan konten materi video,	100	20 (STS), 40 (TS), 60 (BS), 80 (S), 100 (SS)
		5. Ketepatan Waktu Penjelasan: minimal 30 detik dan maksimal 120 detik jika lebih (< = 120 detik) maka tidak diberi nilai 100 --> dicek setelah penentuan pemenang sesuai kriteria teknis.	100	0 (TS), 100 (S)
		6. Jumlah like dan view Penjelasan:	100	
		- 0 - 10 like dan/atau komen	20	
		- 11 - 50 like dan/atau komen	40	
		- 51 - 100 like dan/atau komen	60	
		- 101 - 200 like dan/atau komen	80	
		- > 200 like dan/atau komen	100	
		<b>TOTAL PER JURI</b>	1000	
		<b>TOTAL RATA-RATA</b>		

#### Tata Cara Penilaian

1. Penilaian dapat dilaksanakan secara online melalui zoom meeting
2. Juri diharapkan mempunyai akses internet yang baik dan disarankan menggunakan laptop
3. Setiap juri dipersilahkan memberikan nilai pada link yang telah disediakan melalui link yang sesuai
4. Link penilaian Juri sebagai berikut:

<https://bit.ly/VIDEOCHALLENGEBPOM>