

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kelaparan menjadi sebuah isu yang besar di Indonesia. Berdasarkan skor *Global Hunger Index*, Indonesia berada di peringkat 3 negara paling lapar di Asia Tenggara setelah Timor Leste dan Laos (Rizaty, 2021). Permasalahan kelaparan di Indonesia memiliki beberapa dampak yang pertama adalah fakta pada tahun 2020, sebanyak 8,3% penduduk Indonesia atau 22,9 juta penduduk memperoleh prevalensi kekurangan gizi. Dampak kedua adalah 30,8% dari anak berusia 5 tahun ke bawah mengalami *stunting*. Dampak ketiga adalah dari keseluruhan 514 distrik di Indonesia, ada 74 distrik yang rentan pada ketahanan pangan (World Food Programme, 2022). Ketahanan pangan sendiri menjadi pilar tumbuh kembang sebuah negara (World Vision, 2020). Oleh karena itu, sebuah negara perlu menciptakan sebuah keadaan di mana ketersediaan pangan untuk semua orang ada di setiap waktu dengan akses materi, sosial dan fisik yang memadai untuk mendapatkan makanan bernutrisi demi memenuhi kebutuhan gizi agar hidup tetap produktif dan sehat (United Nations, 1975).

Dalam praktiknya, Indonesia masih dihadapkan oleh tantangan pertumbuhan penduduk yang mencapai hingga 1,17% di pertengahan tahun 2022 (Badan Pusat Statistik, 2022). Sedangkan semakin banyak penduduk otomatis semakin banyak makanan yang diperlukan. Hal ini kontras dengan produksi lokal yang melambat karena penurunan persentase pekerja pertanian/petani di Indonesia selama 5 tahun dari 33% menjadi 29% (Badan Pusat Statistik, 2021). Oleh karena itu, produksi lokal Indonesia tidak dapat memenuhi kebutuhan pangan nasional yang menyebabkan Indonesia mengimpor beberapa jenis komoditas pangan seperti sayuran, produk hewani, gula, buah-buahan dan lain-lain dengan dolar Amerika Serikat (Badan Pusat Statistik, 2022). Terlebih lagi, mata uang Indonesia mengalami kelemahan terhadap mata uang dolar Amerika Serikat (Putra, 2022)

serta inflasi dalam negeri pada Juli 2022 naik menjadi 4,94% (Badan Pusat Statistik, 2022). Hal ini menyebabkan harga jual bahan baku pangan ke konsumen meningkat dan daya beli konsumen menurun (Aflaha, 2022).

Ironinya, berdasarkan Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (2021) terdapat 115-184 kg sampah makanan per kapita setiap tahunnya di Indonesia. Makanan tersebut mulai dari buah, sayur-sayuran, telur dan sebagainya. Secara perkiraan, jumlah tersebut dapat memberi makan 61-125 juta orang di Indonesia. Salah satu penyebab hal ini terjadi adalah perilaku konsumen Indonesia yang membeli porsi berlebih dan implementasi distribusi produsen yang kurang optimal. Hal ini menunjukkan pentingnya strategi pengelolaan makanan dari pihak produsen sampai dengan perilaku konsumen.

Strategi tersebut digaris bawahi oleh Presiden RI Joko Widodo saat berpidato mengenai konflik Rusia-Ukraina pada awal 2022 yang mengancam ketahanan pangan dan terjadinya krisis pangan global. Beliau mengatakan perlu adanya upaya masyarakat untuk memproduksi makanan secara mandiri (berdikari pangan) dengan harga terjangkau yang berkualitas dan mendukung lingkungan (Sandi, 2022). Berdikari pangan merupakan sebuah keadaan saat negara dapat memenuhi segala kebutuhan pangan yang dibutuhkan masyarakat dengan adanya pertanian/produksi lokal yang dilakukan oleh masyarakat sipil (Erokhin & Gao, 2020, p. 399). Coelho et al. mengatakan bahwa produksi pangan secara lokal sudah berhasil diimplementasikan di Amerika Utara dan Eropa karena dianggap lebih berkelanjutan. Praktik ini dapat diartikan sebagai produksi dengan kedekatan jarak sumber pangan dan tempat tinggal masyarakat (beberapa kilometer atau produksi dalam satu kota/kabupaten). Hal ini tentunya bukan hanya dapat memenuhi kebutuhan pangan seluruh penduduk, namun juga akan memajukan ekonomi masyarakat setempat (2018).

Ketahanan pangan sendiri tergolong dalam isu sosial karena berkaitan dengan krisis pangan dan kemiskinan yang dapat menimbulkan banyak masalah dalam

sebuah negara salah satunya adalah masalah kesehatan (Baer et al., 2015). Secara definisi, isu sosial merupakan sebuah kondisi atau pola perilaku yang memiliki konsekuensi negatif terhadap individu, lingkup kehidupan sosial atau dunia secara fisik (Guerrero, 2018, p. 4). Sebuah komunitas masyarakat yang ideal pasti ingin berada dalam keadaan nyaman, aman serta berdaya untuk mewujudkan solusi terhadap sebuah isu (Taylor & Bean, 2019, p. 2). Oleh karena itu menurut Guerrero (2018, p. 15), sebuah solusi terhadap isu sosial di level struktur dan individual adalah tindakan sosial dalam bentuk aturan, advokasi atau inovasi.

Menyelesaikan isu sosial bukan sepenuhnya tanggung jawab pemerintah (dalam level struktural) namun juga tanggung jawab masyarakat sipil untuk membuat inovasi-inovasi agar ada perkembangan. Komunikasi merupakan komponen penting yang selalu ada dalam perkembangan manusia karena memungkinkan terjadinya interaksi antar individu, pengambilan keputusan, klarifikasi, berdiskusi dan sebagainya (Wilkins, 2014). Selain itu adanya orientasi pada komunikasi antar individu akan berdampak pada aktivitas inovasi (Aalbers & Dolfsma, 2015).

Dalam interaksi antar individu pasti ada sebuah proses komunikasi yang dapat meningkatkan kesadaran, memperkaya pengetahuan, memengaruhi sikap dan mendorong pembentukan perilaku positif dalam diri individu (Servaes & Lie, 2020, p. 38). Hal ini dapat tercipta dengan menggunakan unsur-unsur komunikasi seperti dialog, debat, negosiasi, berbagi pengetahuan, proses interaksi dan aksi kolektif (McKee, Benton, & Bockh, 2014, p. 278). Pembentukan perilaku dapat tercipta jika ada integrasi antara komunikasi dari pelaku utama (organisasi bisnis, pemerintah, lembaga swadaya masyarakat dan sebagainya) kepada target sasaran melalui perencanaan dan pelaksanaan yang matang sehingga dapat terjadi keberlanjutan (Flint, 2013, p. 89). Sedangkan, kegagalan pembentukan perilaku sering terjadi saat keinginan terjadinya perilaku tidak tertanam dalam diri pribadi masing-masing (Hamelink, 2020, p. 400).

Untuk memahami perilaku individu, perlu pengertian akan dasar pembentukan perilaku tersebut. Salah satu konsep yang digunakan untuk meneliti pembentukan perilaku positif yang didasari oleh pengertian norma dan struktur komunitas sosial secara utuh adalah *Social and Behaviour Change Communication* (SBCC) (McKee, Benton, & Bockh, 2014). Konsep SBCC memiliki tiga karakteristik, hal pertama SBCC adalah sebuah proses yang dirangkum dalam *c-planning*, kedua SBCC menggunakan model sosio ekologi untuk membawa perubahan serta ketiga SBCC beroperasi dari 3 strategi yaitu advokasi, mobilisasi sosial dan komunikasi perubahan perilaku/*behaviour change communication* (BCC) (McKee, Benton, & Bockh, 2014, pp. 283-287).

Peneliti berfokus pada proses *c-planning* dan strategi BCC karena proses *c-planning* terdiri dari 5 tahap yang memiliki langkah-langkah komunikasi terapan yang jelas agar dapat menciptakan perubahan kondisi sosial dan perilaku individu (McKee, Benton, & Bockh, 2014, p. 283). Selain itu dalam tahapan tersebut, strategi BCC menjadi komponen vital untuk meningkatkan berlakunya perilaku tertentu kepada individu dan kelompok agar meningkatkan kesehatan dan pertumbuhan (Briscoe & Aboud, 2012).

Pada awalnya, BCC digunakan sebagai strategi dalam program komunikasi kesehatan yang sudah berhasil dalam area peningkatan nutrisi (Nichols, 2021), pencegahan malaria (Nyunt, et al., 2015), pencegahan HIV (Vu, et al., 2014) dan program lain-lain. Namun strategi BCC sudah mulai diimplementasikan untuk untuk program sosial dan keberlanjutan lingkungan (Koenker, et al., 2014). Untuk menjangkau target audiens, strategi BCC menggunakan beberapa pendekatan komunikasi yang *multi-channel* seperti internet, komunikasi interpersonal, media massa (radio dan televisi), koran, majalah, drama jalanan, pertunjukan boneka, konseling individual, diskusi antar individu dan lain-lain (Awasthi & Awasthi, 2019).

Menurut USAID, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) berbasis lokal adalah komponen kritis dalam menciptakan keberlangsungan dan perubahan sosial (2016). Hal ini dikarenakan LSM lebih fokus pada partisipasi komunitas sasaran bukan hanya memberikan program saja (Horii, et al., 2016). Di Indonesia, LSM yang kerap bekerja untuk menguatkan ketahanan pangan dengan membentuk perubahan perilaku, membangun *awareness* di media sosial dan advokasi adalah Food Bank of Indonesia (FOI) (Food Bank of Indonesia, 2019). Program KEPAK (Kebun Pangan Komunitas) menjadi program yang dikembangkan FOI untuk menciptakan ketahanan pangan di area Rukun Tetangga (RT). KEPAK menjadi program pertama yang diterapkan LSM serupa di Indonesia karena tidak hanya fokus memberi kebutuhan nutrisi masyarakat dengan makanan, namun mendorong warga untuk menghasilkan makanan sendiri dengan berdikari pangan menggunakan lahan komunal untuk tujuan keberlangsungan hidup pribadi dan komunitas itu sendiri (Food Bank of Indonesia, 2021).

Sejak peresmian program KEPAK pada tanggal 30 Mei 2021 di Kecamatan Kembangan (Jakarta Barat) RT 7, FOI memfasilitasi komunitas warga setempat dengan memberikan instalasi media tanam, pelatihan menanam hidroponik, pelatihan budikdamber (Budidaya Ikan Dalam Ember), pemberian edukasi pengelolaan limbah rumah tangga dan hasil tanam, pengolahan hasil pertanian serta pemasaran dan pendampingan komunitas warga yang selanjutnya dilakukan setiap 3 bulan sekali. Pemilihan RT 7 Kembangan menjadi target sasaran program juga berdasarkan masalah pangan yang terjadi di lokasi. Nantinya, hasil pangan berupa sayuran dan ikan juga akan dinikmati oleh kaum rentan di komunitas warga tersebut seperti lansia, anak-anak usia dini dan kaum disabilitas (Wahidah, 2022).

Dalam pengembangan program KEPAK, FOI memiliki tahapan yang terdiri dari fase terpadu, fase mandiri dan fase inovasi. Fase terpadu yaitu fase menghasilkan keanekaragaman hayati pangan berupa produk tanaman dan hewani. Fase berikutnya adalah mandiri, dalam fase ini warga diharapkan bisa meminimalisir sumber daya dari luar dan dapat menghasilkan pupuk sendiri yang berasal dari

kompos serta pakan hewan yang berasal dari dedaunan. Selain itu di dalam fase ini, diharapkan setiap rumah tangga atau warga juga bisa berdikari pangan di rumah masing-masing. Fase ketiga adalah inovasi, yaitu warga bisa menghasilkan produk atas hasil tanam dan dijual sendiri (Wahidah, 2022).

Dalam perancangan sampai implementasi program KEPAK, Food Bank of Indonesia menilai perkembangan program KEPAK di komunitas warga RT 7 Kembangan sudah menuju fase mandiri yang bertepatan dengan *tagline* program KEPAK “Menuju Kampung Merdeka 100%”. Gotong royong serta kekompakan dapat terlihat karena secara mandiri dengan pimpinan FOI serta Bapak RT setempat, warga secara terus menerus ikut menanam dan memanen hasil di lahan komunal. Selain itu, warga juga mengikuti pelatihan, berdiskusi aktif dalam grup daring dan berkumpul di balai warga setiap akhir pekan. Beberapa warga (dalam jumlah kecil) juga sudah melakukan berdikari pangan di rumah masing-masing (Wahidah, 2022). Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti strategi *behavior change communication* (BCC) yang diterapkan Food Bank of Indonesia (FOI) untuk membentuk perilaku berdikari pangan di RT 7 Kembangan Jakarta Barat.

1.2 Rumusan Masalah

Sebagai Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), Food Bank of Indonesia (FOI) mengerti bahwa Indonesia masih dihadapkan dengan banyak sekali tantangan seputar pangan seperti pertumbuhan penduduk (Badan Pusat Statistik, 2022) dan produksi lokal yang melambat (Badan Pusat Statistik, 2021) yang mengharuskan Indonesia mengimpor bahan pangan di tengah inflasi yang terjadi dan berimbas ke menurunnya daya beli masyarakat. Oleh karena itu, program KEPAK (Kebun Pangan Komunitas) hadir sebagai inovasi FOI untuk mendorong kekuatan ketahanan pangan terjadi mulai dari lingkup Rukun Tetangga di RT 7 Kembangan Jakarta Barat (Food Bank of Indonesia, 2021). Dalam sebuah program dibutuhkan peran komunikasi untuk meningkatkan kesadaran, memperkaya pengetahuan, memengaruhi sikap dan mendorong pembentukan perilaku positif dalam diri (Servaes & Lie, Handbook of Communication for Development and Social Change,

2020, p. 38). Pembentukan perilaku berdikari pangan menjadi tujuan utama program KEPAK dan hal ini menjadi tantangan bagi FOI. Hal ini dapat ditinjau melalui pemberlakuan strategi Behaviour Change Communication (BCC) dalam *framework C-Planning Process* yang dilakukan FOI (McKee, Benton, & Bockh, 2014). Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana strategi BCC dalam membentuk perilaku berdikari pangan warga RT 7 Kembangan Jakarta Barat.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijabarkan, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

- 1.3.1** Bagaimana strategi *Behaviour Change Communication* (BCC) diimplementasikan dengan pendekatan yang ada?
- 1.3.2** Apa peran komunikasi interpersonal, multimedia dan pendekatan partisipasi masyarakat dalam strategi *Behaviour Change Communication* (BCC) untuk membangun perilaku berdikari pangan warga RT 7 Kembangan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian, tujuan yang diharapkan adalah sebagai berikut:

- 1.4.1** Mengetahui bagaimana strategi *Behaviour Change Communication* (BCC) diimplementasikan dengan pendekatan yang ada.
- 1.4.2** Mengetahui apa peran komunikasi interpersonal, multimedia dan pendekatan partisipasi masyarakat dalam strategi *Behavior Change Communication* (BCC) untuk membangun perilaku berdikari pangan warga RT 7 Kembangan.

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, kegunaan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1.5.1 Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya guna mempelajari konsep *Social and Behaviour Change Communication* (SBCC), strategi *Behavior Change Communication* (BCC) dan dampaknya dengan pembentukan perilaku. Di samping itu, diharapkan penelitian ini juga dapat berkontribusi pada perkembangan ilmu komunikasi kesehatan dan perkembangan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran bagi Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) Food Bank of Indonesia dalam melakukan perkembangan dan mengimplementasikan strategi *Behaviour Change Communication* (BCC) dalam program KEPAK serta program LSM serupa yang berfokus pada pembentukan perilaku target sasaran. Selain itu juga program-program ketahanan pangan lainnya jika dibutuhkan, sebagai salah satu upaya untuk mengatasi permasalahan yang ada.

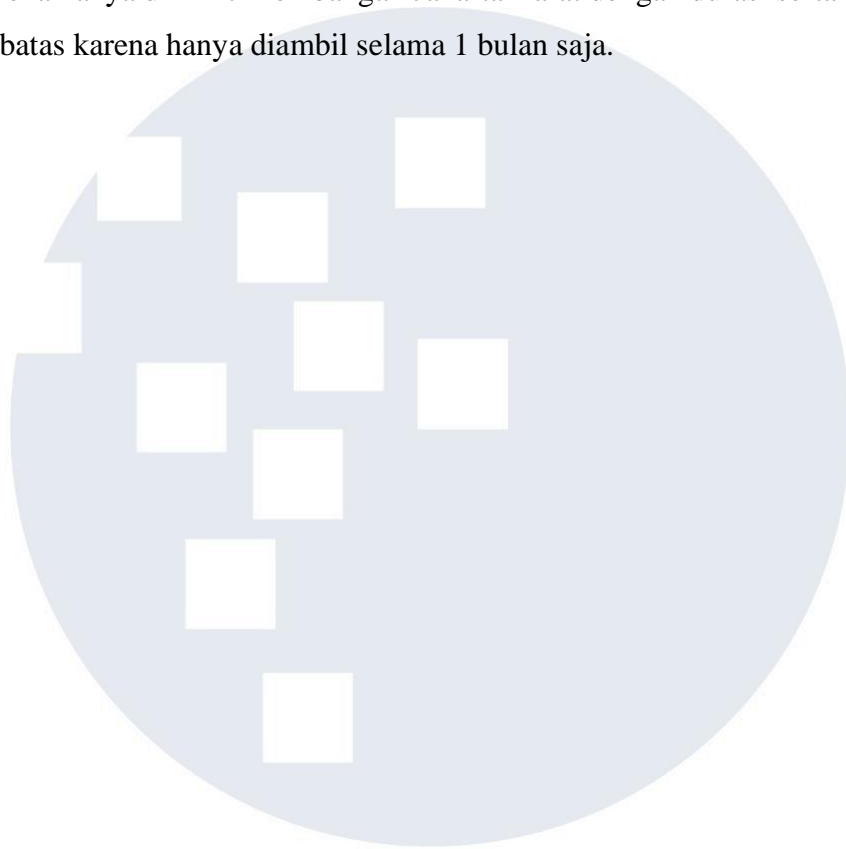
1.5.3 Kegunaan Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak sosial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap resiliensi ketahanan pangan serta memberikan solusi terhadap permasalahan ketahanan pangan di Indonesia.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan jenis kualitatif sehingga informasi terpusat pada jawaban dari para informan dan partisipan serta cenderung berlaku satu sisi. Penelitian ini juga terbatas untuk membahas konsep strategi *Behaviour Change Communication* (BCC) dan proses *C-Planning* untuk pembentukan perilaku dari FOI saja sehingga tidak menggunakan *framework* konsep secara utuh. Selain itu cakupan area/wilayah penelitian juga terbatas

karena hanya di RT 7 Kembangan Jakarta Barat dengan durasi serta data yang terbatas karena hanya diambil selama 1 bulan saja.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA