

BELA NEGARA MELALUI KAMPANYE PANGAN LOKAL DI MEDIA INTERNET

STATE DEFENSE THROUGH LOCAL FOOD CAMPAIGN USING INTERNET MEDIA

Lusia Handayani¹, Munawar K. Nahrawi²

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta &
Badan Ketahanan Pangan, Kementerian Pertanian
(lusiahandayaniiii@gmail.com)

Abstrak – Pangan merupakan hak mendasar setiap manusia. Masyarakat atau bangsa yang tidak terpenuhi kecukupan pangannya akan berpotensi menimbulkan ketidakstabilan ekonomi bahkan dapat menjatuhkan sebuah pemerintah. Ketergantungan terhadap beras sebagai pangan pokok dapat mengancam stabilitas ekonomi dan politik manakala pangan tersebut tidak tercukupi dengan baik. Salah satu alternatif yang dapat dilakukan untuk menghindari ancaman tersebut adalah beralih ke berbagai pangan sumber karbohidrat lainnya yang banyak tumbuh di Indonesia, antara lain ubi jalar, singkong, garut, dan ganyong. Namun demikian, aneka pangan lokal tersebut masih dianggap pangan kelas dua, karena masih kuatnya budaya pangan berbasis nasi dari beras. Karena itu, perlu kampanye pangan lokal di media internet. Internet saat ini berkembang menjadi media yang mampu menjangkau seluruh kalangan secara cepat dan tepat. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan sumber data sekunder berupa buku, dokumen, dan jurnal terkait bela negara dan ketahanan pangan. Hasil kajian ini menunjukkan belum maksimalnya pemanfaatan internet sebagai media kampanye pangan lokal ke masyarakat baik yang dilaksanakan oleh pemerintah maupun non-pemerintah. Sejalan dengan perkembangan pesat internet dan pentingnya melakukan bela negara di semua aspek, kampanye pangan lokal melalui media internet perlu dilakukan oleh semua pihak.

Kata Kunci: *Bela Negara, Kampanye Pangan Lokal, Internet*

Abstract - *Food is the fundamental right of every human being. Communities or nations that are not satisfied with food sufficiency will have the potential to cause economic instability and even to bring down a government. Dependence on rice as a staple food can threaten economic and political stability when food is not adequately covered. One alternative that can be done to avoid the threat is to switch to other food sources of other carbohydrates that grow in Indonesia, including sweet potato, cassava, arrowroot, and ganyong. However, the local food variety is still considered second class food, due to the still strong food culture based on rice from rice. Therefore, it needs a local food campaign in the internet media. The Internet is now growing into a medium that is able to reach all circles quickly and precisely. This descriptive study used secondary data such as books and journals related to state defense and food security. The results of the study showed that the use of the internet as a medium of local food campaign to the community has not been implemented maximally, both implemented by the government and non-government. In line with the rapid development of the internet and the importance of defending the country in all aspects, local food campaigns through internet media require the participation of all stakeholders.*

Keywords: *Defending of The State, Local Food Campaign, Internet*

¹ Dosen Program Studi Komunikasi FISIP UPN Veteran Jakarta.

² Staf Sekretariat Badan Ketahanan Pangan, Kementerian Pertanian.

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara agraris dan kaya sumber daya alam yang melimpah, terutama dari hasil pertaniannya. Sektor pertanian terdiri dari berbagai macam subsektor antara lain subsektor tanaman pangan, subsektor hortikultura, subsektor perkebunan, dan subsektor peternakan. Pangan sumber karbohidrat sangat beragam dan dengan mudah tumbuh di tanah air. Beberapa ragam pangan tersebut antara lain ketela pohon, garut, sukun, jagung, sagu, ubi jalar, dan talas. Demikian juga produk hortikultura berupa buah-buahan dan sayuran. Perkebunan antara lain kakao, kelapa, dan tebu. Demikian juga beragam hewan ternak seperti ayam, sapi, dan kambing.

Faktanya, sumber pangan di Indonesia yang beragam belum selaras dengan tingkat konsumsi ragam pangan masyarakat. Pola Pangan Harapan (PPH) sebagai instrumen yang digunakan pemerintah untuk mengukur keselarasan produksi dan konsumsi pangan masyarakat. Tingkat PPH masih berada di angka 86 dari skor ideal 100³. Artinya masyarakat belum mengonsumsi pangan

yang seimbang zat-zat gizinya. Padahal pemenuhan gizi tersebut banyak tersedia dari aneka ragam pangan yang diproduksi di dalam negeri. Ketidakseimbangan tersebut disebabkan karena dominasi beras terhadap proporsi konsumsi karbohidrat yang mencapai angka 97.7⁴. Hal ini berpotensi kekurangan gizi bahkan penyakit. Kekurangan gizi pada anak dapat mengakibatkan *stunting*, yaitu pertumbuhan anak usia 0-59 yang memiliki tinggi di bawah minus diukur dari standar pertumbuhan. *Stunting* berkaitan erat dengan perkembangan otak yang tidak maksimal, sehingga kemampuan mental kurang, dan prestasi sekolah buruk. Pada akhirnya dapat berdampak pada tingkat kesejahteraan masyarakat⁵.

Tidak dapat dipungkiri beras telah menjadi pangan pokok bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Hal ini menjadikan beras menjadi komoditas pangan yang paling banyak dibutuhkan. Pertumbuhan penduduk yang terus meningkat mengakibatkan permintaan pangan juga meningkat. Rata-rata konsumsi beras di tingkat rumah tangga per penduduk Indonesia memang cenderung mengalami penurunan

⁴ *Ibid.*, hlm 19.

⁵ TNP2K, *100 kabupaten/kota penanganan stunting*, (Jakarta: Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan, 2017), hlm 35.

sebesar 1,14% pertahun atau rata-rata konsumsi beras per penduduk sebesar 101,60 kilogram per kapita pertahun. Akan tetapi angka tersebut masih relatif tinggi. Terlebih lagi jika melihat fakta bahwa di tingkat dunia, Indonesia menempati posisi ketiga negara dengan tingkat konsumsi beras tertinggi di bawah Tiongkok dan India.⁶

Pemerintah menempuh dua langkah terkait ketergantungan terhadap beras. Pertama, meningkatkan produksi padi di seluruh wilayah. Pemerintah melalui Kementerian Pertanian mempunyai program swasembada padi yang ditargetkan dapat memenuhi kebutuhan pangan dalam negeri, bahkan berkomitmen untuk tidak melakukan impor pangan. Langkah-langkah yang dilakukan pemerintah antara lain melakukan pencetakan sawah baru, pemberian bantuan berupa alat mesin pertanian, dan mengembangkan sumber daya manusia pertanian yang unggul.⁷ Hasilnya, berdasarkan capaian kinerja Kementerian Pertanian menyebutkan dua tahun terakhir (2015 – 2017) produksi padi surplus. Tahun 2017 produksi padi sebesar

81,38 juta ton, meningkat sebesar 14,9% dari tahun sebelumnya sebesar 79,35 juta ton⁸.

Kedua, menggalakkan program diversifikasi pangan, yaitu mencari sumber pangan lain selain padi yang potensial menjadi pangan pokok. Bahwa berbagai permasalahan terkait padi tersebut di atas perlu diatasi dengan menysubstitusi padi dengan pangan lainnya, terutama pangan lokal yang selama ini telah lama dikonsumsi sebagai alternatif pangan utama. UU Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan mendefinisikan pangan lokal sebagai pangan yang dikonsumsi oleh masyarakat setempat sesuai dengan potensi dan kearifan lokal. Merujuk pada pengertian tersebut, beras (padi) juga dapat dikategorikan sebagai pangan lokal. Namun demikian, mengingat berbagai permasalahan terkait beras yang telah diuraikan di atas, pangan lokal yang dimaksud dalam tulisan ini mengecualikan beras sebagai entitas pangan yang bukan lagi hanya sekadar komoditas pangan, melainkan juga merupakan komoditas yang memiliki nilai strategis, baik dari segi

⁶ Kementan, *Outlook Komoditass Pertanian Sub Sektor Tanaman Pangan*, (Jakarta: Kementerian Pertanian, 2016), hlm 52.

⁷ Kementan, *Rencana Kerja Kementerian Pertanian*. Kementerian Pertanian 2016. Hlmn 4

⁸ Kementerian Pertanian. *Capaian Kinerja Pembangunan Pertanian 2014-2017*, (Jakarta: Kementerian Pertanian, 2018), hlm 4.

ekonomi, lingkungan hidup, sosial, maupun politik.⁹

Sebagai pangan pokok yang dikonsumsi sebagian besar masyarakat Indonesia, ketika terjadi kekurangan pasokan akan menimbulkan ketidakstabilan ekonomi. Apabila pemerintah tidak mampu mengendalikan harga dan menyediakan beras yang terjangkau, tidak menutup kemungkinan akan terjadi gejolak di masyarakat. Kita dapat mengambil pelajaran dari negara lain. Venezuela misalnya, di tahun 2017 negara kaya minyak ini mengalami instabilitas ekonomi dan politik salah satunya karena persoalan pangan yang melanda negeri itu¹⁰. Pada kondisi seperti ini, peluang dari pihak-pihak tertentu untuk menjatuhkan pemerintah menjadi lebih besar. Pada akhirnya akan menggoyahkan eksistensi negara.

Era keterbukaan dan globalisasi tidak saja memberi peluang bagi suatu negara untuk berkembang, tetapi juga menghasilkan “residu” berupa pengaruh negatif dari negara lain. Hal ini dapat

dilihat dari aspek ekonomi dan budaya saling memengaruhi satu sama lain, termasuk dalam hal pangan. Karena itu, dibutuhkan upaya bela negara dari setiap individu warga negara. Bela negara dibutuhkan untuk menguatkan aspek nonmiliter sebagai bagian dari ketahanan nasional.

Sebagai bagian dari bela negara dari aspek nonmiliter, perlu mengenalkan pangan lokal ke seluruh masyarakat Indonesia melalui berbagai media. Memanfaatkan internet merupakan kemestian seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju. Saat ini, internet menjadi media yang sangat potensial menjangkau sasaran dengan cepat. Ketersediaan jaringan internet di 34 provinsi di Indonesia memungkinkan terjadinya diseminasi informasi yang cepat dan efisien. Internet memiliki karakteristik yang egaliter, menjangkau seluruh lapisan masyarakat nyaris tanpa sekat dan bisa diakses oleh siapapun serta menjadikan penggunaannya sebagai sumber sekaligus penerima pesan. Hal ini berarti siapapun dapat menggunakan internet untuk kepentingannya. Karena itu, media internet dipandang menjadi keniscayaan di era sekarang sebagai media komunikasi

⁹ Achmad Suryana dan Mardianto. Bunga Rampai Ekonomi Beras, (Jakarta: Badan Ketahanan Pangan, 2001), hlm 11

¹⁰ Ray Sanchez “Venezuela: How paradise got lost” dalam <https://edition.cnn.com/2017/04/21/americas/venezuela-crisis-explained/index.html>, 27 Juli 2017, diakses pada tgl 5 Mei 2018.

dan informasi oleh pemerintah dalam memperkuat kedaulatan negara. Salah satunya adalah membela negara melalui kampanye pangan lokal di media internet.

Pembahasan

Kebijakan Pangan Lokal

Kebijakan terkait pangan lokal dapat ditelusuri dari masa orde lama di mana kebijakan diversifikasi pangan bermula dikarenakan langkanya beras pada waktu itu. Pada masa orde baru Soeharto dengan revolusi hijau menghasilkan swasembada padi yang berimplikasi pada melesatnya tingkat konsumsi beras masyarakat di seluruh wilayah Indonesia.¹¹Adanya revolusi hijau mengakibatkan daerah-daerah yang sebelumnya mempunyai pangan utama selain beras menjadi beralih ke beras. Dampaknya kemudian dapat dirasakan bertahun-tahun kemudian, ketika ketergantungan masyarakat terhadap beras semakin tinggi, sementara banyak tantangan yang dihadapi sehingga produksi pangan tidak mampu mengejar kebutuhan pangan tersebut. Pada akhirnya, pemerintah mengambil solusi mengimpor beras dari negara lain. Maka

Indonesia yang kaya dengan sumber daya alam ini kemudian menjadi negara pengimpor beras. Padahal ada banyak sumber pangan lain yang potensial seperti ubi jalar, jagung, ubi kayu, pisang, dan talas. Berbagai sumber pangan tersebut seharusnya dapat memenuhi kebutuhan pangan dalam negeri.

Penganekaragaman (diversifikasi) konsumsi pangan menjadi salah satu pilar utama dalam upaya penurunan masalah pangan dan gizi. Dari segi fisiologis, manusia untuk dapat hidup aktif dan sehat memerlukan lebih 40 jenis zat gizi yang terdapat pada berbagai jenis makanan. Dari berbagai jenis pangan yang ada, tidak ada satupun jenis pangan yang lengkap gizinya kecuali ASI. Fakta tersebut menunjukkan bahwa penganekaragaman konsumsi pangan bagi penduduk merupakan aspek penting bagi perwujudan sumberdaya manusia Indonesia yang berkualitas. Program penganekaragaman pangan atau yang pada awalnya dikenal sebagai upaya perbaikan menu makanan rakyat mulai dirintis dan dilaksanakan di Indonesia sejak awal tahun 1960an. Berbagai upaya penganekaragaman pangan terus dilakukan hingga saat ini.

¹¹ Dahrul Syah. *Riset untuk Mendayagunakan Potensi Lokal: Pelajaran dari Industrialisasi Diversifikasi Pangan Diversifikasi pangan* (Bogor; IPB Press 2009) hlm.21.

Program penganekaragaman pangan tertuang di berbagai dokumen kebijakan pangan dan gizi, antara lain dalam UU Nomor 18 tahun 2012 tentang Pangan, PP Nomor 17 Tahun 2015 tentang Ketahanan Pangan dan Gizi, Perpres 83 tahun 2017 tentang Kebijakan Strategis Pangan dan Gizi (2015-2019), dan Perpres 22 Tahun 2009 tentang Percepatan Penganekaragaman Konsumsi Pangan berbasis Sumberdaya Lokal. Berbagai instrumen kebijakan tersebut menekankan pentingnya penganekaragaman pangan dengan mengoptimalkan potensi pangan lokal.

UU Nomor 18 tahun 2012 tentang Pangan memiliki tiga substansi penting. Pertama, kedaulatan pangan, kemandirian pangan, dan ketahanan pangan menjadi konsep dasar yang melandasi kebijakan pangan nasional. Kedua kearifan (pangan) lokal merupakan aspek penting yang mendorong terwujudnya kemandirian pangan, dan ketiga pentingnya pemenuhan pangan tidak saja di tingkat rumah tangga, melainkan sampai di tingkat individu.

Kemandirian pangan dalam UU 18 Tahun 2012 tentang Pangan didefinisikan sebagai kemampuan negara dan bangsa dalam memproduksi pangan yang

beranekaragam dari dalam negeri yang dapat menjamin pemenuhan kebutuhan pangan yang cukup sampai di tingkat perseorangan dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam, manusia, sosial, ekonomi, dan kearifan lokal secara bermartabat. Dari pengertian tersebut, terdapat dua prasyarat untuk mencapai kemandirian yaitu produksi pangan yang beranekaragam dari dalam negeri dan pemenuhan pangan sampai di tingkat individu. Potensi dan kearifan lokal di bidang pangan perlu diupayakan sebesar-besarnya baik oleh pemerintah maupun seluruh komponen masyarakat.

PP 17 tahun 2015 tentang Ketahanan Pangan dan Gizi sebagai turunan UU Pangan semakin menguatkan pentingnya potensi dan penguatan kearifan lokal di bidang pangan. Upaya untuk mengoptimalkan pangan lokal mencakup aspek hulu hingga hilir. Mulai dari peningkatan konsistensi kuantitas, mutu, kontinuitas dan keamanan pangan lokal, penerapan standar mutu pangan lokal, pengembangan statistik produksi pangan lokal, penelitian dan pengembangan pangan lokal, hingga promosi dan edukasi pangan lokal. Perpres 22 Tahun 2009 semakin menguatkan komitmen

penganekaragaman pangan berbasis sumber daya lokal salah satunya dengan fokus pada pengembangan ketersediaan anekaragam pangan segar dan olahan melalui pengembangan bisnis dan industri pengolahan pangan sumber karbohidrat non beras dan non terigu.

Berbagai instrumen kebijakan tersebut sudah memadai untuk diimplementasikan di dalam berbagai level pemerintahan. Butuh sinergi antarlembaga pemerintah juga peran serta masyarakat untuk mewujudkannya. Saat ini institusi yang terkait erat dengan hal tersebut adalah Kementerian Pertanian di mana salah satu tugas pokoknya adalah mewujudkan diversifikasi pangan dan ketahanan pangan masyarakat. Akan tetapi, kementerian ini tidak akan berhasil mewujudkan programnya apabila tidak bersinergi dengan kementerian/lembaga terkait. Karena itu, terdapat kelembagaan Dewan Ketahanan Pangan sebagai wadah koordinasi lintas K/L yang ada di pusat maupun provinsi dan kabupaten/kota.

Pangan Lokal dari Perspektif Bela Negara

Upaya diversifikasi pangan dengan mengoptimalkan potensi dan sumber daya pangan lokal merupakan bagian

yang tidak terpisahkan dari ketahanan pangan. Ketahanan pangan itu sendiri menjadi salah satu aspek penting dari ketahanan nasional (*national resilience*). Kampanye pangan lokal dapat dilihat dari dua aspek ketahanan nasional yaitu ketahanan ekonomi dan ketahanan sosial budaya. Kampanye pangan lokal ditujukan untuk mengintervensi pemikiran masyarakat agar tidak tergantung pada beras semata. Bahwa ketika masyarakat beralih ke pangan lokal, ketergantungan terhadap beras akan hilang. Dan dengan itu stabilitas ekonomi rumah tangga akan relatif terjaga karena adanya alternatif pangan lain apabila pangan tertentu sulit/mahal diperoleh. Selain itu, kampanye pangan lokal juga ingin mengajak masyarakat untuk beralih dari budaya makan yang didominasi sumber karbohidrat dari beras (nasi) ke budaya makan dengan beragam sumber karbohidrat yang mudah didapat di sekitar. Kampanye pangan lokal ingin mengembalikan harmoni pangan seperti budaya makan ubi jalar, ganyong, sugu di berbagai wilayah yang pernah berjaya dan tidak didominasi oleh konsumsi nasi.

Ketahanan nasional diupayakan terwujud melalui bela negara. Bela negara merupakan sikap dan tindakan warga

negara yang dilandasi rasa cinta tanah air, kesadaran berbangsa dan bernegara, keyakinan Pancasila sebagai ideologi bangsa dan negara, kerelaan berkorban guna menghadapi setiap ancaman, tantangan, hambatan, dan gangguan baik yang datang dari dalam maupun dari luar¹². Pembelaan negara tidak hanya tugas militer semata, melainkan keharusan bagi setiap individu warga negara apapun profesinya.

Upaya pembelaan negara melalui pengabdian sesuai profesi diatur dalam Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2002 tentang Pertahanan Negara yaitu bahwa pengabdian warga negara yang mempunyai profesi tertentu untuk kepentingan pertahanan negara termasuk dalam menanggulangi dan/atau memperkecil akibat yang ditimbulkan oleh perang, bencana alam, atau bencana lainnya. Sesuai penjelasan tersebut, dapat diidentifikasi beberapa profesi tersebut, terutama yang berkaitan dengan kegiatan menanggulangi dan/ atau memperkecil akibat perang, bencana alam atau bencana lainnya antara lain petugas Palang Merah Indonesia, paramedis, Tim

SAR, Polri, petugas bantuan sosial dan Pelindung Masyarakat (Linmas).¹³

Subagyo memetakan aspek-aspek peningkatan kesadaran bela negara di tengah masyarakat Indonesia, salah satunya melalui aspek ekonomi dengan cara meyakinkan kepada masyarakat bahwa sumber kekayaan alam yang melimpah di Indonesia untuk kemakmuran masyarakat Indonesia.¹⁴ Beras sebagai pangan pokok telah berlangsung lama di Indonesia. Sejak revolusi hijau yang merupakan kebijakan di masa Orde Baru, menyebabkan penyeragaman pangan berupa penanaman padi di seluruh wilayah Indonesia. Sumber daya pangan lain seperti singkong, jagung, ubi jalar, ganyong, menjadi tersingkir dan menjadi “pangan kelas dua”. Hal ini tercermin dari ungkapan “belum makan kalau belum makan nasi”. Juga asumsi dari berbagai interaksi dan pengalaman penulis di lapangan bahwa mengonsumsi singkong dan ubi jalar hanya pada saat-saat tertentu misalnya jika keadaan paceklik.

¹² Widodo S. 2011. Implementasi Bela Negara untuk Mewujudkan Nasionalisme. *Jurnal CIVIS Vol.1 No 1*. hlmn. 18

¹³ Setiono KY. 2017. *Bela Negara dalam Perspektif Strategi dan Kebijakan Pertahanan Negara*. Majalah Wira Edisi Khusus 2017. Puskom Publik Kemhan, hlmn 8.

¹⁴ Agus Subagyo. *Bela Negara. Peluang dan Tantangan di Era Globalisasi*. (Yogyakarta: Graha Ilmu. 2015), Hlmn 67.

Kondisi ini menyebabkan ketergantungan yang cukup tinggi terhadap beras. Sementara itu, lahan yang kian sempit karena alih fungsi yang massif serta pertumbuhan penduduk yang terus meningkat menjadi persoalan tersendiri yang memengaruhi tingkat produksi padi. Maka, tidak heran pemerintah terpaksa mengambil kebijakan impor pangan untuk mengamankan ketersediaan pangan nasional. Namun demikian, kebijakan impor pangan tersebut menjadi pro-kontra di masyarakat dan dengan segera menjadi isu nasional yang berimplikasi pada aspek ekonomi bahkan politik. Impor pangan dipandang sangat membahayakan karena ketergantungan terhadap impor dapat menciptakan kondisi rentan dan keterjebakan pangan (*food trap* atau *food insecurity*)¹⁵.

Ketergantungan terhadap beras sebagai pangan pokok akan dapat diatasi manakala kita beralih ke sumber pangan lainnya yang beragam dan tumbuh dengan baik di tanah ini. Karena itu upaya-upaya yang dilakukan oleh siapapun untuk mengenalkan berbagai jenis sumber pangan lokal, yaitu pangan

yang diproduksi di dalam negeri, merupakan implementasi bela negara yang memberikan begitu banyak peluang untuk mengupayakan terwujudnya kedaulatan pangan.

UU Nomor 18 Tahun 2012 mendefinisikan kedaulatan pangan sebagai hak negara dan bangsa untuk menentukan kebijakan pangannya tanpa diintervensi oleh siapapun. Di masa lalu, kebijakan impor selalu menjadi isu nasional yang berpotensi menimbulkan instabilitas ekonomi dan politik. Dari perspektif ketahanan negara, ini merupakan ancaman yang harus segera diantisipasi agar tidak melebar dan dimanfaatkan oleh pihak-pihak tertentu. Kejatuhan rezim di Venezuela bermula dari krisis pangan. Dari kaca mata geopolitik, negara lain juga memiliki kepentingan dengan dinamika yang terjadi di dalam negeri. Maka, ancaman non militer (dalam hal ini pangan) menjadi penting untuk dicermati. Di era modern sekarang yang antara lain ditandai oleh teknologi informasi canggih dan massif, ancaman yang dihadapi suatu bangsa bukan lagi ancaman militer. Ancaman non-militer jauh lebih berbahaya dan lebih nyata sebagaimana yang sering

¹⁵ Lala M. Kolopaking (ed.) *Manajemen Krisis; Protokol Penyelamatan dan Pemulihan di Sektor Pangan, Pertanian, dan Perdesaan*. (Bogor: IPB Press 2010) hlmn 318.

diingatkan oleh Menteri Pertahanan, Jenderal TNI (Purn) Ryamizard Ryacudu¹⁶.

Kampanye Pangan Lokal di Media Internet

Program-program pemerintah yang bertujuan untuk mendorong peningkatan konsumsi pangan lokal banyak digalakkan khususnya oleh Kementerian Pertanian, untuk itu dibutuhkan sarana atau media informasi yang efektif untuk menyebarkan berbagai informasi tentang pangan lokal, ke berbagai banyak pihak khususnya masyarakat Indonesia itu tersendiri. Media-media alternatif seperti internet banyak digunakan dengan berbagai tujuan di kalangan pemerintah ataupun individu. Media-media seperti *website*, *twitter*, *facebook*, dan *instagram* sangat berguna dalam sosialisasi dan diseminasi informasi.

Perkembangan teknologi informasi sangat membantu dalam menyampaikan berbagai informasi, bahkan dapat dengan cepat dan luas sebuah informasi dapat sampai dan diterima oleh khalayak. Hasil temuan Fariastuti¹⁷ menyebutkan bahwa internet memiliki pengaruh yang positif

dan signifikan terhadap sikap bela negara generasi muda. Dengan menggunakan jaringan internet berita atau informasi dapat dinikmati nyaris tanpa batas.

Berdasarkan penelusuran penulis, pihak pemerintah melalui Kementerian Pertanian telah melakukan upaya kampanye dan sosialisasi pangan lokal menggunakan media internet dengan menggunakan berbagai macam *platform* seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan *youtube*. Pemerintah juga telah merilis laman khusus mengenai informasi pangan nusantara¹⁸. Dari laman tersebut dapat diperoleh berbagai informasi terkait pangan lokal antara lain potensi, menu unggulan berbasis pangan lokal, hingga informasi gizi yang terkandung dalam pangan lokal. Terdapat menu khusus terkait Promosi dan Sosialisasi. Namun ketika di-*klik*, laman tersebut diarahkan ke akun media sosial (*facebook*, *twitter*, *instagram*, dan *youtube*) milik Kementerian Pertanian. Akun-akun tersebut merupakan akun resmi lembaga yang menyajikan berbagai informasi terkait program dan kegiatan Kementerian Pertanian secara menyeluruh. Di media sosial, akun milik Badan Ketahanan Pangan Kementerian

¹⁶ Lesmana, Tjipta. 2017. *Peran Strategis Pupuk bagi Ketahanan Pangan*. Majalah Wira Edisi Khusus 2017. Puskom Publik Kemhan. Hlmn. 60

¹⁷ Fariastuti Ida. 2017 Media Massa sebagai penggerak tumbuhnya sikap bela negara di kalangan generasi muda. *Jurnal Wacana Vol 16 No. 1 Juni 2017*. Hlmn 114

¹⁸ Disadur dari: <http://pangannusantara.bkp.pertanian.go.id/>

Pertanian konsen dalam kampanye pangan lokal. Badan Ketahanan Pangan merupakan eselon 1 di bawah di bawah Kementerian Pertanian yang salah satu tugasnya adalah perumusan kebijakan, pengembangan, pemantauan, dan pemantapan pola konsumsi dan penganekaragaman pangan.

Dari luar unsur pemerintah, adalah MITI (Masyarakat Ilmuwan dan Teknolog Indonesia) yang nampak cukup konsen dalam gerakan kampanye pangan lokal. Melalui salah satu laman komunitas ilmuwan¹⁹ terdapat upaya menyadarkan pentingnya pangan lokal bagi masyarakat. Akan tetapi, program go pangan lokal yang digagas MITI ini tidak *update*. Aktivitas terakhir tercatat di twitter @GoPanganLokal pada Oktober 2017 lalu.

Internet adalah “medan pertempuran” yang sulit ditebak dengan spektrum yang sangat luas dan mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Karena itu, promosi yang besar-besaran dibutuhkan untuk merebut perhatian masyarakat sehingga pangan lokal mampu menempati *top of mind* netizen.

Konten online seperti video, gambar, maupun artikel disebut viral jika konten tersebut telah tersebar cepat dan luas di internet. Viral memiliki mekanisme

¹⁹ Disadur dari: <http://gopanganlokal.miti.or.id/>.

yang berbeda dengan *broadcast*, walaupun keduanya dimulai dari satu sumber utama yang memproduksi konten. Pada *broadcast*, informasi sengaja disebarluaskan secara luas dan dapat langsung diterima masyarakat melalui media massa. Sedangkan viral bekerja ketika satu individu lain menyebarkan konten lalu direspon oleh minimal tiga individu lainnya, dan tiga individu berikutnya meneruskan, dan begitu seterusnya.²⁰

Untuk memviralkan sebuah konten di media sosial, Jonah Berger²¹ mengemukakan enam elemen sebuah konten di internet menjadi viral, yaitu (1) *social currency* (mata uang sosial) adalah rasa bangga terhadap sesuatu yang dirasakan oleh netizen yang sepeham dengan konten yang mereka baca. Peran aparat pemerintah dan komponen masyarakat yang peduli dengan pangan lokal sangat dibutuhkan untuk mengangkat rasa bangga terhadap konten-konten pangan lokal di internet. (2) *trigger* (pemicu), konten pangan lokal yang unik, khas, dan berbeda dari

²⁰ Saputra EA. 2017. Konten fotografi jurnalistik yang menjadi viral di internet. *Jurnal Dekave* Vol 10 No. 2.

²¹ Hirvijarvi Fanny “Viral marketing and content forwarding on social media: Outlining the key factors behind viral content creation.” <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/129869/> Diakses 5 Juni 2018.

biasanya akan melekat dalam ingatan dan memicu viralitas. Begitu juga waktu atau momentum konten tersebut diluncurkan. (3) *emotion*, konten pangan lokal tidak saja informatif, namun perlu mempertimbangkan bagaimana konten tersebut memberi efek kepada netizen sehingga dapat merasakan kagum, tertawa, terhibur, dan bahagia. (4) *public*, konten pangan lokal dapat dimaknai dan dicerna dengan mudah oleh siapapun. (5) *practical value*, penting untuk memberikan nilai praktis dari konten pangan lokal yang disiapkan. Bagaimana netizen secara mempraktikkan atau melaksanakan pesan yang disampaikan; dan (6) *story*. Kampanye pangan lokal perlu memuat elemen cerita di dalamnya, misalnya dengan penyampaian informasi secara personal kepada netizen, atau memberi solusi dan inspirasi berdasarkan testimoni atau kisah nyata.

Berdasarkan pemantauan penulis, selama ini konten-konten terkait pangan lokal yang diunggah oleh pemerintah maupun unsur di luar pemerintah belum mampu mencapai viralitas yang memuaskan, misalnya mencapai *trending* di *twitter* atau *youtube*. Hal ini menunjukkan bahwa isu pangan lokal di dunia maya belum sepenuhnya merasuk ke dalam memori kolektif netizen. Pada

saat yang sama dibutuhkan evaluasi yang menyeluruh untuk terus mengupayakan perbaikan terhadap konten pangan lokal tersebut. Menyeluruh dalam pengertian bahwa bukan hanya fokus pada konten yang dibuat, tetapi juga aspek-aspek lain seperti sumber daya manusia pengelola media, dan penganggarannya.

Penetrasi internet di Indonesia sudah mencapai 54.68%, dan didominasi oleh kelompok usia 25-34 tahun²². Walaupun sebaran penetrasi internet pada umumnya masih belum merata, desa yang telah terkoneksi internet sudah mencapai angka 60%²³ penggunaan internet sebagai media komunikasi menjadi suatu keharusan di era digital. Dalam konteks politik, perkembangan ini disadari oleh para politisi untuk meraih dukungan. Sebagai contoh, kesuksesan pasangan Jokowi-Ahok tidak terlepas dari relawan media sosial mereka yang terkenal dengan Jasmev (*Jakarta Ahok Social Media Volunteer*). Pola yang sama dapat diterapkan dalam konteks kampanye pangan lokal. Dengan melihat elemen-elemen komunikasi, yaitu *Source*, *Message*, *Channel*, dan *Receiver* (SMCR), model berikut dapat menjelaskan alur

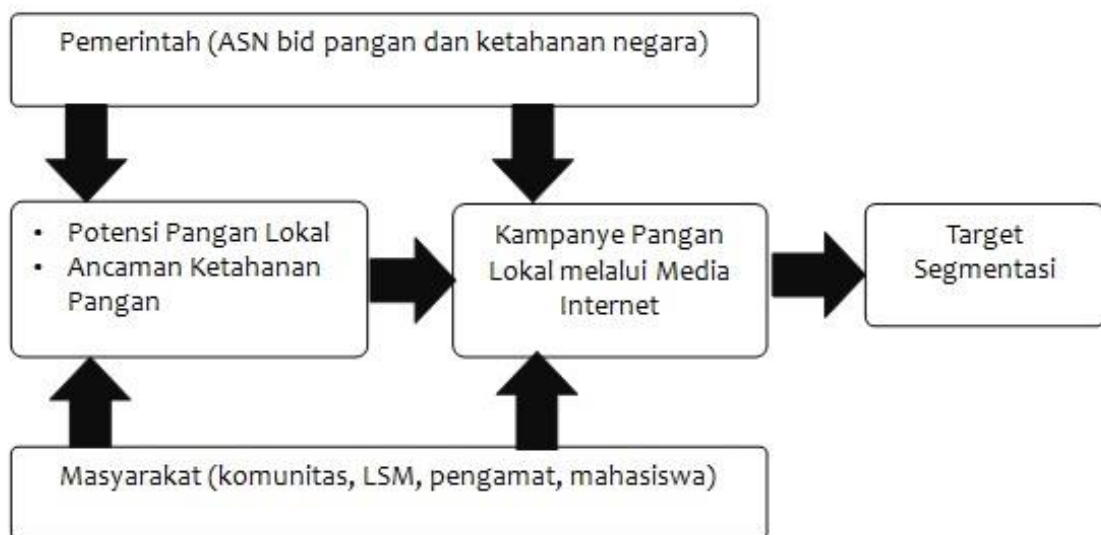
²² <https://www.apjii.or.id/>

²³ https://kominform.go.id/content/detail/11556/60-persen-desa-di-indonesia-sudah-tersentuh-tik/sorotan_media

kampanye pangan lokal melalui media internet. SMCR merupakan elemen - elemen komunikasi yang penting untuk dilihat agar dapat memberikan perspektif yang jelas terkait efektivitas pesan yang disampaikan.

Pesan apa yang ingin disampaikan dalam kampanye pangan lokal. Ada dua pesan penting, yaitu potensi dan keunggulan pangan lokal dan ancaman kedaulatan pangan.

potensi dan keunggulan pangan lokal *diblown-up* oleh BKP Kementerian Pertanian, maka Kementerian Pertahanan dan institusi terkaitnya dapat menonjolkan pangan lokal dalam konteks kedaulatan negara. Bahwa identitas bangsa Indonesia salah satunya dapat dilihat dari bagaimana pangan lokal kita dimaksimalkan untuk kemakmuran bangsa. Ibarat simfoni, sinergi



Gambar: alur komunikasi kampanye pangan lokal melalui media internet.

Terdapat dua *source* yang penting dalam kampanye. Pertama pemerintah yaitu aparatur negara yang konsen dengan isu ketahanan pangan. Secara khusus, ASN di Kementerian Pertanian. Akan tetapi, aparatur pemerintah dalam bidang ketahanan negara dan bidang lainnya juga perlu dilibatkan secara aktif dalam isu pangan lokal. Jika pesan

antaraparatur negara mengenai isu pangan lokal ini seperti instrumen yang indah, saling mewarnai satu sama lain. Strategi kolektif ini diterapkan oleh pemerintah Korea di mana agenda sebuah kementerian akan di-retweet oleh kementerian/departemen lainnya tanpa

memandang kesesuaian tugas dan fungsi utamanya.²⁴

Source kedua adalah masyarakat. Di era digital ini, netizen mempunyai kekuatan untuk mengubah. Internet telah mengubah lanskap komunikasi masyarakat. Jika media massa konvensional menjadikan masyarakat hanya sebagai *receiver* dari pesan yang disampaikan pemerintah, saat ini masyarakat juga dapat menjadi *sender* sekaligus *receiver*. Internet menguatkan peran individu dalam perubahan. Masyarakat yang konsen dengan kampanye pangan lokal dapat menggunakan saluran komunikasi internet secara kreatif dan terbuka. Arus informasi yang besar menjadi peluang besar dalam memasarkan ide pangan lokal. Isu pangan lokal terkadang di bawa oleh komunitas peneliti dan teoritis. Sementara praktisi pangan lokal sendiri relatif kurang *mem-blow up* keberhasilannya. Karena itu, dua kelompok masyarakat ini harus bersinergi untuk mengampanyekan pangan lokal. Peran pemerintah adalah memfasilitasi agar kelompok masyarakat tersebut dapat menjadi *trigger* bagi keberhasilan

kampanye pangan lokal. Menggunakan *buzzer* dapat digunakan oleh pemerintah untuk menggiring netizen pada pesan yang disampaikan. Pemerintah memang telah mengeluarkan iklan-iklan pangan lokal yang dibintangi oleh artis, namun frekuensi dan kontinuitasnya perlu dipertahankan. Konsekuensinya pemerintah harus mengalokasikan anggaran yang memadai.

Saluran media internet yang dapat digunakan beragam. Saat ini, baik kementerian/lembaga maupun masyarakat memiliki website resmi maupun akun media sosial. Yang harus dilakukan adalah pesan kampanye pangan lokal agar menysasar target yang sudah tersegmentasi. Walaupun internet dapat diakses oleh siapapun, pesan kampanye pangan lokal perlu menysasar kelompok masyarakat tertentu secara konsisten. Segmentasi ini penting agar *source* dapat mengidentifikasi dan menggambarkan secara tepat perubahan yang diharapkan.

Kesimpulan

Bela negara tidak hanya terkait fisik dan angkat senjata saja tetapi juga secara non fisik. Kampanye pangan lokal merupakan implementasi bela negara dalam konteks mewujudkan ketahanan pangan dalam

²⁴ Khan GF, Yoon HY, Park HW. 2013. Social media communication strategies of government agencies: twitter use in Korea and the USA. *Asian Journal of Comm.* 24(1) hlmn 65

kerangka kedaulatan dan kemandirian pangan.

Kampanye pangan lokal melalui media internet merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari upaya penganekaragaman pangan. Untuk itu, dibutuhkan keterlibatan semua pihak, pemerintah dan masyarakat, dalam gerakan kembali ke pangan lokal. Pemerintah berkewajiban memberikan sosialisasi, informasi, dan edukasi kepada masyarakat dengan pola komunikasi baru berbasis internet, dengan menyesuaikan dengan dinamika dan interaksi di dunia maya. Dukungan masyarakat melalui gerakan dan kampanye pangan lokal berbasis komunitas di internet untuk mengangkat citra pangan lokal tidak saja pada level nasional tapi pada tingkatan global.

Daftar Pustaka

Buku

Lala M. Kolopaking (ed.) *Manajemen Krisis; Protokol Penyelamatan dan Pemulihan di Sektor Pangan, Pertanian, dan Perdesaan*. (Bogor: IPB Press 2010).

Subagyo, Agus. 2015. *Bela Negara. Peluang dan Tantangan di Era Globalisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Suryana, A dan Mardianto, S. 2001. *Bunga Rampai Ekonomi Beras*. Jakarta: Badan Ketahanan Pangan.

Jurnal

Fariastuti Ida. 2017 Media Massa sebagai penggerak tumbuhnya sikap bela negara di kalangan generasi muda. *Jurnal Wacana Vol 16 No. 1 Juni 2017*.

Khan GF, Yoon HY, Park HW. 2013. Social media communication strategies of government agencies: twitter use in Korea and the USA. *Asian Journal of Comm. 24(1): 60-78*.

Saputra EA. 2017. Konten fotografi jurnalistik yang menjadi viral di internet. *Jurnal Dekave Vol 10 No. 2*.

Syah, Dahrul. Riset untuk Mendayagunakan Potensi Lokal: Pelajaran dari Industrialisasi Diversifikasi Pangan Diversifikasi pangan (Bogor; IPB Press 2009).

Widodo S. 2011. Implementasi Bela Negara untuk Mewujudkan Nasionalisme. *Jurnal CIVIS Vol.1 No 1*.

Website

Hirvijarvi Fanny "Viral marketing and content forwarding on social media: Outlining the key factors behind viral content creation." <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/129869/> Diakses 5 Juni 2018.

Ray Sanchez "Venezuela: How paradise got lost" dalam <https://edition.cnn.com/2017/04/21/americas/venezuela-crisis-explained/index.html>, 27 Juli 2017, diakses pada tgl 5 Mei 2018.

Lainnya

BKP, *Penganekaragaman Pangan*, (Jakarta: Badan Ketahanan Pangan, 2017).

Kementan, *Outlook Komoditass Pertanian*

- Sub Sektor Tanaman Pangan*, (Jakarta: Kementerian Pertanian, 2016).
- Kementan, *Rencana Kerja Kementerian Pertanian*. (Jakarta: Kementerian Pertanian 2016).
- Kementan. *Capaian Kinerja Pembangunan Pertanian 2014-2017*, (Jakarta: Kementerian Pertanian, 2018).
- Lesmana, Tjipta. 2017. *Peran Strategis Pupuk bagi Ketahanan Pangan*. Majalah Wira Edisi Khusus 2017. Puskom Publik Kemhan.
- Setiono KY. 2017. *Bela Negara dalam Perspektif Strategi dan Kebijakan Pertahanan Negara*. Majalah Wira Edisi Khusus 2017. Puskom Publik Kemhan.
- TNP2K, *100 kabupaten/kota penanganan stunting*, (Jakarta: Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan, 2017).