Kasus Positif Covid-19 Mulai Menurun
Kok dapek jauh naik lai', mako e patuhi protokol kesehatan, ingek pasan ibu.....!

Selama MTQ, Masjid Al Hakim Terapkan Prokes Ketat
Paralu diawasi katat supayo indak tajadi pulo klaster baru salamo MTQ ko.....!

Petugas TPS bakal Jalani Rapid Test
Harus tu, litik paralu las swab baru, kalau adoh nan positif bia capek tahu.....!

TAJUK RENCANA

Pilih Nomor Berapa?

UJUNG dari segala hiruk pikuk persiapan pilkada adalah terpilihnya kepala daerah yang sesuai dengan harapan. Karena itu, profil calon kepala daerah harus benar-benar diketahui para pemilih. Pandemi Covid-19 tak boleh menjadi alasan pemaafjika segala persiapan pilkada gagal mengenalkan para kandidat kepada masyarakat.

Dalam kondisi normal saja, para calon kepala daerah berusaha keras untuk dikenal dan dipilih. Semua sumber daya sosialisasi dimanfaatkan. Membayar konsultan, memasang baliho, beriklan di media massa, dan memanfaatkan kampanye tatap muka untuk membangun ikatan.

Diakui atau tidak, kampanye tatap muka sampai saat ini masih paling efektif untuk membangun dan mengukur ikatan. Rasanya seperti ikatan emosional ketika pemilih bertemu langsung dengan kandidat. Mendengar paparan visi dan misi, kemudian sekadar bersalaman atau pun selfie bergantian.

Militansi pendukung dan tim sukses pun benar-benar diuji. Walaupun dalam kenyataannya ada proses transaksi, sebatas uang konsumsi atau transportasi. Hal itu masih lebih manusiawi ketimbang membeli suara pemilih dengan amplop menjelang pemungutan suara.

Hal semacam itu jelas tak bisa tergantikan oleh yang virtual-virtualan. Artinya, dibutuhkan upaya yang jauh lebih besar dari para kandidat untuk lebih dikenal masyarakat di masa pendemi. Minimal, intensitas sosialisasi lewat dunia digital harus lebih sering dilakukan. Kampanye lewat media-media massa juga harus lebih gencar. Bukan malah dibatas-batasi dengan dalih pemerataan dan keterbatasan dana.

Tentu boleh membayangkan penyelenggara maupun peserta pilkada bekerja keras untuk bisa menjangkau grup-grup aplikasi percakapan seperti WhatsApp. Katakanlah grup RT/RW, komunitas olahraga, pengajian, grup emak-emak, dan sebagainya. Lalu, sosialisasi dilakukan secara terus-menerus lewat grup-grup percakapan tersebut. Ah... betapa cepat dikenal para kandidat itu.

Memang tidak mudah menjangkau semua grup percakapan. Tapi, kalau tiap kandidat bersaing melakukannya, pasti bisa. Minimal terpaksa karena takut kalah bersaing. Apalagi, hal itu bisa menjadi modal untuk sosialisasi apa pun hingga bertahun-tahun ke depan.

Ingat, pemungutan suara sudah dekat. Jangan sampai pada 9 Desember nanti para pemilih masih bertanya-tanya, pilih pasangan nomor berapa? (*)

Naskah Opini panjang tulisan sekitar 750 kata.Kirim ke: ***opinipadek@gmail.com. Sertakan data CV,copy KTP, foto, dan nomor telepon.***
Naskah yang sudah limahari di redaksi dan tidaktermuat otomatis dianggapkembali ke pengirim.

LAYANAN PADEK

Anda punya uneg-uneg untuk mengkritisi persoalan yang terjadi di Sumatera Barat? Kirimkan uneg-uneg Anda ke email: ***opinipadek@gmail.com*** dengan subjek: Layanan Padek atau ***SMS ke 081267734980 dan 0811666438.*** Bisa juga ke ***Twitter dan Instagram @padangekspres.***

Penggunaan Media Sosial dalam Kegiatan Edukasi Gizi

DR AZRIMAIDALIZA SKM, MKM
Staf Pengajar Departemen Gizi Fakultas Kesehatan Masyarakat-Universitas Andalas

> Penggunaan media sosial atau melalui media internet dalam kegiatan edukasi atau promosi gizi sebenarnya bukan hal yang baru. Info kesehatan dan gizi melalui media internet sudah dilakukan oleh tenaga kesehatan atau tenaga gizi atau akademisi dalam upaya meningkatkan pengetahuan kesehatan masyarakat.

PANDEMI Covid-19 masih belum berakhir, bahkan ada kecenderungan peningkatan kasus akhir-akhir ini. Kondisi ini terjadi salah satunya disebabkan perilaku hidup sehat belum sepenuhnya diterapkan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, termasuk disiplin dalam menjalankan protokol kesehatan. Adanya pembatasan ruang gerak dalam kehidupan sehari-hari dalam jangka waktu yang lama, kemudian menganggap tidak akan membahayakan tubuh menjadikan masyarakat mulai tidak disiplin dalam menjaga jarak, tidak menggunakan masker dan tidak menerapkan perilaku cuci tangan setelah beraktivitas di luar rumah.

Kelompok masyarakat yang berisiko tinggi terkena Covid-19 selain tenaga kesehatan dan orang dengan status kesehatan kurang baik dalam arti memiliki penyakit adalah kelompok rentan gizi, antara lain ibu hamil dan balita. Kelompok ini dikatakan rentan gizi karena kelompok tersebut membutuhkan asupan makanan yang lebih tinggi dibandingkan kelompok lain seperti orang dewasa, kemudian juga membutuhkan lingkungan yang sehat sehingga kondisi kesehatan dan gizinya terjaga dengan baik. Bagi ibu hamil, asupan makanan bergizi tidak hanya untuk menjaga kesehatan dan gizi ibu namun juga dibutuhkan untuk tumbuh kembang anak yang ada dalam kandungan ibu. Bagi balita, pada usia tersebut anak masih dalam masa pertumbuhan dan perkembangan yang cepat, disebut juga usia tersebut tertutama dua (2) tahun pertama kehidupan anak sebagai periode emas tumbuh kembang. Pada usia balita, pola asuh mencakup pola asuh makan, kesehatan dan kebersihan sangat berperan terhadap tumbuh kembang anak sehingga akan mencapai potensi tumbuh kembang yang optimal pada usia berikutnya.

Kegiatan edukasi kesehatan termasuk gizi harus terus dilaksanakan oleh tenaga kesehatan dan tenaga gizi, maupun para akademisi bidang kesehatan pada saat pandemi Covid-19. Upaya-upaya pencegahan munculnya permasalahan kesehatan dan gizi melalui kegiatan edukasi atau promosi dengan berbagai strategi perlu dipikirkan sehingga dapat terlaksana dengan baik. Penggunaan media sosial merupakan salah satu metoda yang bisa digunakan agar kegiatan edukasi tetap berjalan walaupun ada beberapa keterbatasan dalam pelaksanaannya. Salah satunya adalah sasaran kegiatan edukasi terbatas pada sasaran yang memiliki telepon genggam dan adanya aplikasi media sosial. Namun ada beberapa kelebihan penggunaan media sosial dalam kegiatan edukasi kepada masyarakat, diantaranya komunikasi bisa terus terjalin antara edukator dengan sasaran kegiatan setiap saat, lebih banyak informasi yang bisa disampaikan secara online dan kapan pun masyarakat dapat membaca informasi yang disampaikan oleh edukator melalui telepon genggam.

Efektivitas media sosial dalam meningkatkan pengetahuan, sikap dan tindakan masyarakat atau spesifik pada kelompok umur tertentu sudah diteliti akademisi institusi pendidikan kesehatan. Penggunaan media sosial disertai dengan informasi yang disampaikan melalui media leafleat, buku saku atau poster dengan rancangan yang menarik memberikan dampak yang lebih baik dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat. Tentunya komunikasi yang terus berjalan dan edukator yang aktif memonitor grup media sosial yang dibentuk dan respons terhadap pertanyaan yang diajukan akan memberikan hasil yang lebih dalam meningkatkan pengetahuan dan seterusnya akan mengubah perilaku masyarakat.

Kegiatan edukasi dengan menggunakan media sosial sudah penulis lakukan, salah satunya melalui kegiatan pengabdian Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Andalas. Topik yang penulis angkat pada kegiatan pengabdian tersebut adalah "Pemberdayaan Kader dan Edukasi Gizi Pada Ibu Hamil dan Ibu yang Memiliki Balita dalam Upaya Pencegahan Stunting". Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada awal Oktober 2020 dan sampai saat ini masih berjalan. Dasar digunakannya media sosial adalah karena kondisi pandemi yang dihadapi saat ini tidak memungkinkan untuk dilaksanakan edukasi atau penyuluhan secara langsung, tatap muka dengan masyarakat atau bertemu dengan sasaran kegiatan di suatu lokasi yang ditentukan.

Kegiatan edukasi melalui pemanfaatan media sosial pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan pembentukan grup chatting pengabdian sesuai dengan kesediaan dari sasaran kegiatan. Penyampaian tujuan dibentuknya grup, kemudian apa saja kegiatan yang dilaksanakan perlu dijelaskan kepada anggota grup (sasaran) sehingga diharapkan respons dan komunikasi dapat berjalan dengan baik antara pengabdi dan sasaran kegiatan. Saling berbagi informasi mengenai stunting atau mengenai permasalahan kesehatan dan gizi dapat terjadi dalam grup media sosial ini.

Dari hasil kegiatan pengabdian yang penulis lakukan menggunakan media sosial menunjukkan respons anggota grup *chatting* atau kelompok sasaran kegiatan pengabdian cukup baik. Pengetahuan ibu hamil dan ibu yang memiliki balita mengenai *stunting* lebih baik setelah diberikan edukasi gizi. Hal ini diketahui dari hasil pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner online yang penulis sampaikan sebelum dan sesudah pemberian edukasi kepada sasaran kegiatan. Dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat diharapkan perilaku gizi dan kesehatan masyarakat juga lebih baik dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi dengan anggota grup pengabdian tetap berjalan dengan baik, banyak pertanyaan yang diajukan ibu hamil maupun ibu balita kepada edukator mengenai permasalahan selain stunting sehingga informasi yang disampaikan menjadi lebih luas.

Penggunaan media sosial atau melalui media internet dalam kegiatan edukasi atau promosi gizi sebenarnya bukan hal yang baru. Info kesehatan dan gizi melalui media internet sudah dilakukan oleh tenaga kesehatan atau tenaga gizi atau akademisi dalam upaya meningkatkan pengetahuan kesehatan masyarakat, baik melalui penyebaran informasi di *website* maupun media sosial institusi. Namun penyebaran informasi belum berjalan secara maksimal masih terbatas penyampaian informasi, lebih banyak komunikasi terbatas untuk satu arah. Spesifik pada media sosial, penggunaannya pun selama pandemi meningkat sehingga peluang ini dapat dimanfaatkan dalam kegiatan edukasi kepada masyarakat melalui kerja sama antara akademisi di institusi pendidikan bidang kesehatan dengan institusi kesehatan. (*)

Britania Bakery, UMKM yang Bertahan di Tengah Pandemi

REZKI RIFAI SE, AK, CA
Mahasiswa Magister Manajemen Unand Angkatan 38 Kelas Weekend B

PANDEMI Covid 19 semenjak Maret 2020 hingga sekarang berarti sudah berlangsung selama 9 bulan. Semua sendi kehidupan seakan hancur diterjang badai Covid-19 ini. Mulai dari persoalan kesehatan hingga perekonomian terdampak signifikan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) ekonomi Indonesia triwulan III tahun 2020 mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 3,49 persen dibandingkan periode yang sama tahun 2019. Ini berarti Indonesia resmi memasuki resesi dikarenakan pada kuartal II tahun 2020 kontraksi pertumbuhan sebesar 5,32 persen *(Muhammad Henndartyo, Tempo 5 November 2020)*.

Pemerintah melalui Kementerian Keuangan berkali-kali mengeluarkan stimulus ekonomi untuk mempercepat perbaikan ekonomi. Selain itu melalui Kementerian Kesehatan dan Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) serta didukung oleh beberapa institusi terkait bahu membahu dalam melakukan pencegahan penyebaran Covid 19 ini. Beberapa hal yang dilakukan antara lain adalah memastikan masyarakat benar - benar melaksanakan protokol kesehatan, serta yang termutakhir memantau proses uji coba vaksin yang telah memasuki tahap III.

Menurut Wakil Menteri BUMN Kartika Wirjoatmodjo, UMKM merupakan sektor yang paling terdampak terhadap pandemi ini, dimana pendapatan pengusaha sektor ini cenderung menurun *(Fathiyah Wardah, VOA Indonesia 30 Juli 2020)*. Walaupun masih ada yang bisa bertahan seperti usaha makanan karena masih sangat diperlukan untuk konsumsi sehari-hari masyarakat. Apalagi disaat pandemi ini tentu terjadi keadaan yang abnormal sehingga dibutuhkan kreatifitas serta ide *out of the box* dalam menyiasati keadaan yang serba tidak menentu ini.

Britania Bakery merupakan usaha rumahan dalam memproduksi roti dan makanan kecil. Usaha ini dirintis oleh Desmelia Revita yang sehari - hari juga bekerja sebagai Supervisor di sebuah BUMN di Kota Padang. Usaha ini dirintis semenjak tahun 2016. Bermula dari hobinya yang suka melakukan eksperimen membuat roti. Dari hobi tersebut, beliau mulai mencoba untuk mempromosikan kue produksinya kepada teman - teman sekantor.

Dari sekadar promosi mulut ke mulut inilah akhirnya Britania Bakery mulai melakukan pembenahan serius dengan melakukan strategi penjualan. Produk-produk roti yang ditawarkan antara lain roti sobek (kosong, keju, coklat dan kelapa jagung), donat *full toping*, donat isi fla, roti *garlic, cake* / bolu, spagetti dan burger.

Strategi penetapan harga di Britania Bakery dilakukan dengan melakukan survei secara langsung ke toko-toko kue yang berada di kota Padang. Harga-harga yang ditawarkan sangat terjangkau oleh kantong karyawan yang rata-rata memang suka mengkonsumsi roti sebagai cemilan. Rasa dan harga yang ditawarkan apabila dibandingkan dengan pesaing yang ada di Kota Padang, harga jual Britania Bakery sangat bersaing. Contohnya roti *garlic*, harga yang ditawarkan Britania Bakery lebih murah dibandingkan produk serupa dengan yang dijual oleh pesaing. Padahal bahan yang digunakan adalah bahan premium. Konsumen Britania Bakery yang merupakan karyawan dari BUMN membuat produk yang dijual selalu ludes.

Rasa dan harga yang *worth it* ini membuat usaha produksi roti berjalan dengan baik walaupun di tengah pandemi. Sempat terdampak pada bulan Juni dan Juli 2020 dimana pandemi Covid-19 mencapai puncaknya serta pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Kota Padang. Saat ini produksi Britania Bakery sudah mulai mengarah ke normal kembali. Produk Britania Bakery tidak hanya bisa dinikmati oleh para karyawan BUMN tersebut karena pelanggan lain yang telah mengenal Britania Bakery melalui mulut ke mulut bisa memesan secara online melalui *Whatsapp*.

Britania Bakery telah menerapkan kebijakan harga *(Pricing Policy)* dengan baik. Usaha mikro ini berani menetapkan harga yang bersaing sehingga efektif dalam menekan biaya produksi dan berpengaruh kepada keuntungan usaha sehingga kinerja usaha menjadi meningkat dari tahun ke tahun. Harga bersaing tetapi tetap mempertahankan kualitas dan rasa makanan yang dihasilkan membuat Britania Bakery mulai mendapatkan perhatian dari masyarakat Kota Padang yang secara historis memang suka *mangulek*.

Untuk lebih memperkenalkan produknya di Kota Padang dan menghemat biaya produksi sebaiknya Britania Bakery bekerja sama sebagai rekanan produk Go Food. Tinggal di hitung dan dianalisa berapa harga terbaik yang sesuai untuk ditetapkan sebagai harga jual apabila bekerjasama dengan Gojek. Karena kecenderungan usaha di saat pandemi yang belum jelas ujung pangkalnya ini adalah secara online. Semoga Britania Bakery bisa survive dan berkembang sehingga warga kota Padang bisa mempunyai alternatif makanan *dessert* dengan harga terjangkau tetapi memiliki rasa yang enak dan di produksi dengan bahan - bahan premium.

Sebagai penikmat kuliner di Kota Padang, mari kita doakan dan support semua usaha UMKM sejenis supaya perekonomian kembali membaik dan mengarah ke normal. Dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan diharapkan semua UMKM khususnya usaha rumahan yang memproduksi makanan kembali menggeliat. Pemerintah kota juga berkewajiban membantu dan mengawasi jalannya usaha - usaha kecil ini, karena mayoritas usaha di kota Padang di dominasi oleh usaha UMKM. Mari kita dukung dengan sumber daya yang dimiliki sehingga kota Padang akan kembali bergairah walaupun dalam kondisi pandemi, Insyaa Allah. (*)

Padang Ekspres
www.padek.co
Terbit Sejak 25 Januari 1999

Badan Penerbit: PT Padang Intermedia Pers
Jawa Pos Media Group

Perintis/Pembina : H. Rida K Liamsi
Komisaris Utama : Suhendro Boroma
Komisaris : Amril Noor, H. Suryanto
Direktur : M Nazir Fahmi
General Manajer//Penanggung Jawab : Heri Sugiarto
Pemimpin Redaksi : Reydi Iwan Syahputra
Coorporate Lawyer JPG : Andi Syarifuddin, SH, MH
Penasehat Hukum : Miko Kamal, SH, LLM, PhD

■ DIVISI PRODUKSI
Redaktur Pelaksana : Suryani, Romeo Delliano,
Penjab Minggu : Fajril Mubarak
Koordinator Liputan : Eka Ranto
Redaktur : Eri Mardiat, Ganda Cipta, Zulkarnaini, Willian
Liputan Padang : Arsil, Heru Irawan, Debi Vernando
Fotografer : Sy Rizwan
Sekretaris Redaksi : Elsy Maisany
■ PERWAKILAN
Bukittinggi/ Agam : Rifa Yanas, Putra Susanto
Payakumbuh/ 50 Kota : Fajar Rifkih Vesky, Arfebil Ilham
Pesisir Selatan : Yoni Syafrizal, Efi Mahyuni
Pasaman/ Pasbar : Ahmad Zubier, Rohimuddin, Lumban Tori
Kota Solok/ Kab Solok : Oktria Tirta, Frikel Adilla Mender
Sawahlunto : Henry
Dharmasraya : Zulfa Anita
Solok Selatan : Andrizon
Pariaman/ Padangpariaman : Zikrimiati ZN, Avis Prima Gunawan
Padangpanjang : Yuwandi
Tanahdatar : Mustafa Akmal, Nanda Anggara
Mentawai : Arif Rahmad Daud
Sijunjung : Yulcel Anthony

■ PRACETAK DAN IT
Kepala Pracetak : Jafri Jao
Koordinator IT : Adriansyah Syafril
■ DIVISI USAHA
Manager Keuangan : Yossi Arkesta
Manager Umum dan SDM : Nurhelsyani
Manager Pemasaran Koran : Sorbidin
Manager Iklan : Dicky Junaidi
Manager Penagihan Iklan : Ivo Fitriyana
Manager EO Literasi & Penagihan Koran : Sukri Umar
Tim EO : Mukhlisas, Dodi Andiansyah, Hendra Efison
■ ONLINE
PT Padang Multimedia Korporindo
Direktur : Tandri Eka Putra
Alamat : Jl. Adinegoro No 17 A. Lubukbuaya, Padang.
■ KANTOR IKLAN JAKARTA
Perwakilan Jakarta
Manager Iklan Jakarta : Bustanol Arifin, Zulfasli (Redaksi)
Alamat: Gedung Graha Pena Lt 6 Ruang 601 Jl. Kebayoran Lama No 12 Jakarta Selatan Telepon: (021) 53669560, Fax: (021) 5333048, E-mail: padangekspresjakarta@yahoo.co.id
Website: www.padek.co, Edisi Digital: epaper.padek.co

■ ALAMAT
Redaksi/Usaha: Jl. Adinegoro No. 17 A Lubukbuaya Padang, Sumatera Barat
E-mail: liputanpadek@yahoo.com
■ LAYANAN IKLAN DAN PELANGGAN
Tarif Iklan: Iklan Display Halaman Pertama: Rp20.250/mmk (BW), Rp27.500/mmk (SC), Rp 40.500/mmk (FC). Display Halaman Depan: Rp24.300/mmk (BW), Rp32.400/mmk (SC), Rp40.500/mmk (FC); Display Halaman Belakang: Rp14.850/mmk (BW), Rp19.900/mmk (SC), Rp27.000/mmk (FC); Iklan Sosial: Rp6.000/mmk; Iklan Jitu : Rp30.000/maut. Harga iklan ditambah pajak 10 persen. Harga Langganan: Rp106.000/bulan (Padang dan sekitarnya), luar kota tambah ongkos kirim.
■ PERCETAKAN
PT Padang Grafindo Mediatama
Direktur : M Nazir Fahmi
Alamat: Jl. Adinegoro No. 17 A Lubukbuaya, Padang, Sumatera Barat.
Telepon/Fax: (0751) 481222. *Ini di luar tanggung jawab percetakan.*

■ *Redaksi menerima tulisan karya asli, terjemahan atau saduran (dengan sumber asli) bagi karya terjemahan dan saduran). Panjang tulisan 3 hingga 5 halaman, diketik apasi rangkap, sertakan identitas diri. Naskah yang dimuat akan diedit imbang. Redaksi berhak menyunting selagi tidak mengubah maksud tulisan.*
■ *Wartawan Harian Pagi Padang Ekspres dilekati identitas (kartu pers), dan tidak menerima pemberian berbentuk uang atau apa pun yang berhubungan dengan profesinya.*