

STRATEGI KOMUNIKASI PENYIDIK DALAM MENGUNGKAP KASUS PENJUALAN KOSMETIK PALSU DI BPOM MANADO

Oleh:

FIPIN DESFITA

Yuriewaty Pasoreh

Anita Runtuwene

Email: fipins1507@gmail.com

RINGKASAN

Untuk mencapai komunikasi yang efektif diperlukan suatu strategi komunikasi yang baik. Strategi merujuk pada pendekatan komunikasi menyeluruh yang akan di ambil dalam rangka menghadapi tantangan yang akan dihadapi selama berlangsungnya proses komunikasi. Berbagai pendekatan dapat dilakukan tergantung pada situasi dan kondisi. Pada penjelasan tersebut bisa kita ketahui bahwa terjadi komunikasi yang efektif antara penyidik dan aparat hukum yang berperan. Namun, untuk komunikasi pada masyarakat untuk informasi bahan dan merk yang termasuk pada public warning BPOM masih kurang efektif. Maka dengan adanya aplikasi pengecek izin edar produk (e-BPOM; Halo BPOM) yang diluncurkan oleh BPOM, memudahkan masyarakat mendapat informasi berita terbaru BPOM, mengecek suatu produk dengan memindai kode QR atau kode batang, serta mengirimkan pengaduan terhadap suatu produk sehingga memudahkan kerja penyidik dalam mengungkap kasus tanpa harus masyarakat datang ke kantor BPOM.

Kata kunci: Komunikasi Efektif, Strategi Komunikasi, Penyidik.

THE INVESTIGATOR'S COMMUNICATION STRATEGY IN UNCOVERING CASES OF TAKE COSMETICS SALES IN BPOM MANADO

By:

FIPIN DESFITA

Yuriewaty Pasoreh

Anita Runtuwene

Email: fipins1507@gmail.com

SUMMARY

To achieve effective communication a good communication effective strategy is needed. Strategy refers to the overall communication approach that will be taken in order to face the challenges that will last during the communication process. Various approaches can be done depending on the situation and conditions. From this explanation we can see that effective communication takes place between investigators and the law enforcement authorities involved. However, communication to the public for material and brand information included in the BPOM public warning is still ineffective. Then with the product distribution permit checking application (e-BPOM;Hello BPOM) lauched by BPOM, it makes easy for the public to get the latest BPOM news information, check a product by scanning a QR code or bar code, and sending comlaints to a product to facilitate work investigators in revealing cases without the public coming to the BPOM office.



Keywords: Communication Effective, Communication Strategy, Investigators

1. PENDAHULUAN

Untuk mencapai komunikasi yang efektif diperlukan suatu strategi komunikasi yang baik. Strategi merujuk pada pendekatan komunikasi menyeluruh yang akan di ambil dalam rangka menghadapi tantangan yang akan dihadapi selama berlangsungnya proses komunikasi. Berbagai pendekatan dapat dilakukan tergantung pada situasi dan kondisi.

Seperti pada saat ini kosmetik adalah salah satu bentuk kebutuhan sekunder dalam kehidupan masyarakat khususnya wanita, mulai dari remaja maupun dewasa. Banyaknya pengguna kosmetik sebagai alat untuk merubah penampilan seseorang menjadi cantik . Karena hal itulah banyak perusahaan kosmetik yang berlomba-lomba dalam membuat penemuan baru dan

memproduksinya lebih banyak. Keinginan manusia untuk selalu tampil menawan, sempurna dalam segala, kesempatan ini dijadikan sekelompok pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab dengan memproduksi dan memperdagangkan kosmetik yang tidak memenuhi syarat kepada masyarakat dan dikenal sebagai kosmetik ilegal.

Hal ini disebabkan kurangnya strategi lebih lanjut yang dilakukan oleh penyidik BPOM untuk lebih ketat dalam pengawasan masuknya produk pangan, obat-obatan juga produk kosmetik. Oleh karena itu diperlukan sistem pengawasan yang komperhensif, agar masyarakat sebagai konsumen pun bisa selektif dalam memilih kosmetik yang dibeli dengan mempertimbangkan yang aman bagi kesehatan atau tidak. Alasan

lain bagi masyarakat dalam memilih kosmetik dengan merek tertentu juga dikarenakan masyarakat tergiur dengan banyak kosmetik yang menjanjikan khasiat-khasiat yang mudah dan cepat misalnya dapat memutihkan kulit dengan cepat dan dapat menghaluskan kulit tanpa mengetahui efek samping yang akan ditimbulkan dari penggunaan kosmetik tersebut.

Adapun taktik lebih bersifat spesifik karena sudah pada tataran praktik atau pelaksanaan sebuah strategi. Artinya metode dan strategi cenderung bersifat permanen sedangkan taktik bisa berubah-ubah sesuai dengan situasi dan kondisi tapi tanpa keluar dari kerangka besar strategi dan metode. Dimana strategi komunikasi yang dilakukan penyidik harusnya ada yang bisa digunakan untuk jangka panjang seperti adanya aplikasi yang memadai untuk konsumen atau pengguna kosmetik bisa

lebih berhati-hati, selain itu juga penyidik harus memiliki strategi yang dapat menindaklanjuti terduga atau saksi penjual kosmetik palsu agar tidak tersebar lebih besar ke daerah yang ada di nusantara khususnya di Kota Manado.

Namun hal itu ternyata tidak terjadi karena beberapa tahun belakangan ini maraknya peredaran kosmetik ilegal di Indonesia khususnya di kota Manado semakin nyata, hal ini terbukti dengan adanya temuan petugas Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BBPOM) terhadap 25.000 jenis kosmetik ilegal milik seorang distributor kosmetik di gudang penyimpanan ilegal daerah Wonasa, Singkil pada pertengahan tahun 2018 lalu.

Pada kasus diatas, kosmetik ilegal tersebut akan diedarkan di beberapa *counter* kecantikan juga dijual di berbagai minimarket, mall, toko kosmetik, dan apotek yang ada

di Kota Manado. Dengan kemampuan penjual yang pandai dalam bersilat lidah untuk menarik minat beli konsumen juga memberi harga murah. Maka pada kejadian ini penyidik harusnya melakukan investigasi lebih menjuru ke berbagai daerah di Kota Manado agar tidak bertambah kasus seperti ini yang hampir merugikan masyarakat.

Tindak pidana peredaran kosmetik palsu memang telah ditangani oleh Penyidik Pegawai Negeri Sipil Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan, akan tetapi hal itu masih kurang maksimal. Dengan ini pada maksudnya, BPOM adalah badan yang memiliki wewenang untuk menegakan hukum di bidang pengawasan produk makanan, minuman, obat-obat tradisional, dan kosmetik. Pengawasan yang dilakukan BPOM tersebut secara tidak langsung juga memberikan peran perlindungan

konsumen, yang dalam hal ini adalah konsumen produk kosmetik, mengingat semakin maraknya produk kosmetik tanpa izin edar yang beredar secara illegal di pasaran seluruh Nusantara, khususnya kota Manado.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Strategi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasional.

Menurut Rusady Ruslan (2002:120), strategi adalah memutuskan apa yang harus dikerjakan dalam langkah-langkah tertentu dalam proses manajemen dimulai dengan penentuan

suatu rencana (*plan*), dimana rencana tersebut merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada hakikatnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen.

Komunikasi

Secara etimologi istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti "sama" disini maksudnya adalah "sama makna". Jadi komunikasi dapat terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. (Effendy, 2006:9).

Komunikasi berasal dari bahasa latin "*Communicare* atau *Communis*" sedangkan dalam bahasa inggris *communication*. Istilah ini memiliki arti yaitu sama, yang berarti sama makna dan tujuan.

Menurut Wilbur Schramm seorang ahli linguistic mengatakan, *communication* berasal dari kata latin "*communis*" yang artinya *common* atau sama. Jada menurut Schramm jika mengadakan komunikasi dengan suatu pihak, maka kita menyatakan gagasan kita untuk memperoleh *commoners* dengan pihak lain mengenai objek tertentu. (Amir Purba, 2006:30).

Strategi Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy (1981:84) dalam buku berjudul *Dimensi-Dimensi Komunikasi* menyatakan bahwa "...strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berada

sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi.”

Selanjutnya menurut Onong Uchjana Effendy, strategi komunikasi terdiri dari dua aspek penting yang harus dipelajari dan dipahami dengan baik, yaitu strategi yang dimaknai secara makro (*Planned strategy*) dan secara mikro (*Single Communication medium strategy*). Telaah ini sangat penting untuk memberikan makna yang lengkap dalam sebuah strategi komunikasi secara praktis nantinya.

Penyidik

Sebagaimana yang disebutkan di dalam Ketentuan Umum Pasal 1 angka 1 KUHAP, Penyidik adalah Pejabat polisi Negara republic Indonesia atau pejabat pegawai negeri sipil tertentu yang di beri wewenang khusus oleh undang-undang untuk melakukan Penyidikan.

Sedangkan definisi dari Penyidikan diatur dalam ketentuan Umum Pasal 1

angka 2 KUHAP (Martiman Prodjohamidjojo, 1990:3): *“serangkaian tindakan penyidik dalam hal undang-undang ini untuk mencari serta mengumpulkan bukti yang dengan bukti itu membuat terang tentang tindak pidana yang terjadi dan guna menemukan tersangkanya.”*

Komunikasi Penyidik

Komunikasi penyidik adalah menunjuk siapa yang telah melakukan komunikator dalam tindak kejahatan, dan memberikan pembuktian-pembuktian mengenai masalah yang telah dilakukannya. Untuk mencapai maksud tersebut maka penyidik akan menghimpun keterangan sesuai dengan fakta atau peristiwa-peristiwa komunikasi.

Kosmetik

Kosmetik berasal dari kata Kosmein (Yunani) yang berarti “berhias”. Kosmetik sudah dikenal orang sejak

zaman dahulu kala. Di mesir, 3500 tahun sebelum masehi telah digunakan berbagai bahan alami baik yang berasal dari tumbuh-tumbuhan, hewan maupun bahan alam lain misalnya tanah liat, lumpur, arang, batubara bahkan api, air, embun, pasir atau sinar matahari (Tranggono, 2007:36).

Menurut Peraturan Kepala Badan POM RI Nomor 19 Tahun 2015 pengertian kosmetik adalah bahan atau sediaan yang digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar), atau gigi dan membrane mukoas mulut, terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik.

Komunikasi Efektif

Komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pengertian, dapat

menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan social yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan. Komunikasi efektif dipandang sebagai suatu hal yang penting dan kompleks. Dianggap penting karena ragam dinamika kehidupan (bisnis, politik, misalnya) yang terjadi biasanya menghadirkan situasi kritis yang perlu penanganan secara tepat, munculnya kecenderungan untuk tergantung pada teknologi komunikasi, serta beragam kepentingan yang ikut muncul. (Deddy Mulyana:2008:3)

Model Komunikasi

Model komunikasi David K. Berlo yang terkenal yakni SMCR terdapat unsur-unsur Source (sumber), Message, Channel (saluran), dan Receiver (penerima). Berlo memberi penekanan lebih pada komunikasi sebagai sebuah

proses. Mengelaborasi antara pesan dan saluran serta memperluas konsep fidelity atau ketetapan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah, langsung ke sumber data dan peneliti adalah instrument kunci.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam sebuah penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi. Maka peneliti mengambil sebagai fokus yaitu:

- 1) Bagaimana penyidik menyusun rencana dalam penyidikan.
- 2) Apa tindakan yang diambil penyidik untuk mencapai tujuan.
- 3) Keputusan seperti apa yang diambil oleh penyidik.
- 4) Bagaimana penyidik bisa

memercayai sumber, isi pesan, saluran dan penerima pesan.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada informan, dan jawaban-jawaban informan dicatat atau direkam dengan alat perekam.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. (Sugiyono, 2014: 326).

Teknik Analisis Data

Analisis SWOT merupakan suatu instrument pengidentifikasian berbagai factor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*), dan peluang (*opportunities*) sekaligus dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Secara singkat analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah hal-hal yang memengaruhi keempat factornya. (Fatimah, 2016:7-8)

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Badan POM adalah sebuah Lembaga Pemerintahan Non Kementrian (LPNK) yang bertugas mengawasi peredaran obat, obat

tradisional, suplemen kesehatan, kosmetik, dan makanan di wilayah Indonesia. Tugas, fungsi, dan kewenangan Badan POM diatur dalam Keputusan Presiden no 103 Tahun 2001 tentang Kedudukan Tugas, Fungsi, Kewenangan, Susunan Organisasi, Dan Tata Kerja Lembaga Pemerintah Non Departemen yang telah diubah terakhir kali dengan Peraturan Presiden no 80 tahun 2017 tentang BPOM.

Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam rangka pengungkapan sebuah kasus untuk melindungi konsumen atau masyarakat balai pengawas obat dan makanan yang diberi kewenangan oleh pemerintah dalam melakukan pengawasan terhadap produk yang beredar termasuk kosmetik. dalam penyusunan rencana mengungkap kasus penjualan kosmetik palsu yang diambil oleh Balai Pengawas Obat dan Makanan Manado dapat di bagi menjadi

dua, yaitu: secara umum, dan secara khusus.

Secara umum, Balai Pengawas Obat dan Makanan Manado sejak berdiri sering melakukan operasi rutin, operasi ini dilakukan 5-6 kali sebulan untuk seluruh provinsi Sulawesi Utara, untuk di Kota Manado dilakukan 2-3 kali sebulan yaitu dilakukan pada minggu pertama, pertengahan bulan, dan minggu akhir. Sasarannya adalah sarana distribusi obat dan makanan, pasar-pasar, toko kosmetik, mini market, super market, hingga ke rumah kecantikan. Operasi ini dilakukan oleh balai pengawas dan makanan, penyidik dengan bantuan polda, dan dinas perindag. Karena saat melakukan operasi rutin jika ada kosmetik berbahaya yang dijual dipasaran penyidik tidak bisa langsung menahan saksi oleh karena itu harus ada bantuan dari polda setempat. Pada kegiatan yang sama penyidik bisa

langsung melakukan penyidikan untuk bisa mengetahui distributor barang berbahaya tersebut. Sehingga penyidikan berpeluang bisa segera terselesaikan meskipun produsen sebuah barang di Sulawesi Utara khususnya di Kota Manado selalu berasal dari Pulau Jawa sehingga menghambat penyidik mengungkap kasus hingga ke akar. Dalam pengawasan rutin ini Balai POM Manado melakukan pengecekan terhadap produk yang tidak terdaftar, produk yang mengandung bahan berbahaya, produk yang kadaluarsa termasuk pangan dan memberikan teguran kepada pelaku yang nakaldengan tujuan agar pelaku usaha tidak menjual produk-produk illegal dan mengandung bahan berbahaya.

Selain itu juga melalui penyebaran brosur-brosur tentang kosmetik yang berisi tentang lima langkah cara memilih



kosmetik dan buku kosmetik yang berisi *public warning* kosmetik yang artinya tidak baik digunakan, untuk brosur balai pom menyebar brosur-brosur ke sekolah, pasar, swaalayan, sarana produksi dan toko obat dan kosmetik yang ada di Manado. Isi brosur itu sendiri adalah sebelum memilih kosmetik harus perhatikan terlebih dahulu kemasannya, labelnya, izin edarnya, kegunaannya, cara penggunaan dan kadaluarsa kosmetik tersebut.

Secara khusus, disamping melakukan pengawasan terhadap produk-produk illegal dan mengandung bahan berbahaya Balai Pengawas Obat dan Makanan Manado juga melakukan penegakan hukum terhadap penjual nakal, yang mengedarkan produk-produk illegal, dan tidak baik digunakan termasuk kosmetik, penerapan tahap ini dilakukan apabila ditemukan peredaran kosmetik illegal pada saat melakukan

operasi rutin dan operasi gabungan ke sarana produksi obat dan makanan, pasar-pasar, salon, dan toko-toko kosmetik. Selain itu ada juga yang berasal dari laporan masyarakat yang menjadi korban atau tertipu dalam memakai kosmetik, untuk pengaduan dari masyarakat ini pihak balai pengawas obat dan makanan bisa melalui telepon, sms, aplikasi (e-BPOM) dan datang langsung ke kantor balai pengawas obat dan makanan Manado.

Pada strategi komunikasi tindakan peluncuran aplikasi ini, sangat efektif untuk masyarakat dalam berkomunikasi dengan BPOM terkait proses pengawasan obat dan makanan yang akan di konsumsi sehingga tidak lagi bermunculan keresahan masyarakat tentang kosmetik yang berbahaya. Setiap ada yang mencurigakan atau bahkan hal yang menjanggal masyarakat bisa langsung mengadukan

kejadian tersebut dan akan langsung di terima oleh BPOM. Pengaduan tersebut yang bersumber (*source*) langsung dari pengaduan masyarakat, pesan/informasi (*message*) yang diberikan akurat juga valid, dengan menggunakan saluran (*channel*) aplikasi Halo BPOM via mobile, dapat langsung di terima (*receiver*) oleh BPOM.

Walau pada awalnya banyak masyarakat yang kesulitan untuk mengadu dan melapor tentang mudahnya produk kosmetik palsu yang beredar bebas di pasar, apalagi masyarakat yang berada di pedesaan yang pastinya kesulitan untuk pergi ke kantor Balai Pengawas Obat dan Makanan di kota Manado

Keunggulan lain yang tersedia pada aplikasi Halo BPOM versi mobile antara lain adanya fitur yang menyediakan informasi terkini yang dikeluarkan oleh BPOM setiap saat. Informasi yang

disediakan tersebut telah diolah oleh sumber daya yang kompeten dan disajikan dalam format yang menarik dan sederhana sehingga memudahkan masyarakat dalam membaca dan memahaminya. Para pengguna aplikasi Halo BPOM versi Mobile juga dapat memperbaharui profilnya seperti mengubah username, password, alamat, dll. Kerahasiaan dan kevalidan data pengguna aplikasi dapat terjaga dengan baik. Tidak hanya itu, aplikasi ini juga telah dilengkapi dengan fitur lupa password yang berfungsi untuk membantu masyarakat apabila lupa password ketika log in.

Kesimpulan

Rencana penyidik dalam pengungkapan sebuah kasus untuk melindungi konsumen atau masyarakat. Balai Pengawas Obat dan Makanan yang diberi kewenangan oleh pemerintah dalam melakukan

pengawasan terhadap produk yang beredar termasuk kosmetik. Balai Pengawas Obat dan Makanan Manado sejak berdiri sering melakukan operasi rutin. Sasarannya sarana distribusi obat dan makanan, pasar-pasar, toko kosmetik, mini market, super market, hingga ke rumah kecantikan. Operasi ini dilakukan oleh balai pengawas dan makanan, penyidik dengan bantuan polda, dan dinas perindag. Karena saat melakukan operasi rutin jika ada kosmetik berbahaya yang dijual dipasaran penyidik tidak bisa langsung menahan saksi oleh karena itu harus ada bantuan dari polda setempat. Namun pada kegiatan yang sama penyidik bisa langsung melakukan penyidikan untuk bisa mengetahui distributor barang berbahaya tersebut. Sehingga penyidikan berpeluang bisa segera terselesaikan meskipun produsen sebuah barang di Sulawesi

Utara khususnya di Kota Manado selalu berasal dari Pulau Jawa sehingga menghambat penyidik mengungkap kasus hingga ke akar.

Pengawasan '*e-commerce*' itu pengawasan kedepan. BPOM akan menguatkan regulasi untuk produk-produk online. Lalu akan dibangun nota kesepahaman dengan salah satu penyedia jasa pengantar produk. Dalam pengawasan penjualan daring penyidik memiliki kekuatan untuk melacak keberadaan 'penjual nakal' namun kelemahannya penyidik tidak bisa langsung menangkap penjual tersebut.

Peraturan soal produk daring itu merupakan salah satu sarana agar dunia perdagangan diisi oleh tenaga profesional yang bertanggungjawab akan produknya. Dengan itu, perlindungan kesehatan masyarakat akan terjamin.

Selain itu juga BPOM menerima pengaduan masyarakat, adapula strategi agar penyidik bisa mempercayai pengaduan itu. Penyidik bisa yakin dengan masyarakat yang mengadu ini dengan menanyakan rumah korban untuk dilihat kebenarannya, menanyakan tempat membeli, merk yang dibeli, kemasan, juga izin edar BPOMnya, juga efek samping yang terjadi pada korban, lalu membawa barang bukti ke laboratorium untuk diteliti bahan yang digunakan. Selain melalui sms/tlp BPOM juga meluncurkan aplikasi pengaduan untuk masyarakat yang di sebut e-BPOM atau Halo BPOM.

Meluncurkan aplikasi dimana pada masa 4.0 ini semua akses internet sangatlah memudahkan semua pekerjaan dari menyebar informasi, hingga memberi pengetahuan. Dari sumber yang terpercaya, pesan yang

valid dengan menggunakan saluran yang memudahkan dan penerima pesan pun tidak terkecoh lagi dengan bahan kosmetik berbahaya yang di manipulasi oleh pelaku atau penjual.

Saran

Pada kasus ini dan permasalahan yang di bahas, agar lebih efektif lagi maka peneliti menyarankan:

1. Perlu penataan sistem yang handal dalam penelusuran barang dankonsistensi formula saat produk di daftarkan sebelum diedarkan hingga telah beredar, sehingga data saat registrasi atau sertifikasi barang dapat di baca oleh petugas dilapangan dan konsumen pun bisa aman untuk menggunakannya.
2. Penggunaan teknologi IT perlu

segera diterapkan oleh Balai Besar POM di Manado, karena ada perbedaan yang cukup jauh antara personel yang tersedia dengan yang dibutuhkan. Penggunaan IT diharapkan juga mampu memangkas waktu kerja serta mengurangi duplikasi pekerjaan.

3. Balai Besar POM, khususnya pada deputy penindakan dapat segera membagi direktorat seperti yang ada di Balai Besar POM daerah lainnya. Hal itu juga memudahkan penindak untuk berbagi tugas saat investigasi, pengamanan, dan tindak penyidikan.
4. Keputusan termasuk perubahan kebijakan, juru teknis, target kegiatan, perubahan teknis terkait

pelaporan secara elektronik serta pedoman sampling agar dapat segera di sosialisasikan agar tidak ada lagi konsumen yang salah dalam menggunakan produk obat, makanan, dan juga khususnya kosmetik yang berbahaya.

Daftar Pustaka

- Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi*. Armico, Bandung
- Berlo, K. David. 1996. *Ilmu Pengantar Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya
- Butterick, Francis. 2004. *Customer Relationship Management*. Bayumedia Publishing
- Effendy, Onong Uchjana. 1981. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Alumni. Bandung
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*.



- Bandung: Remaja Rosda Karya
- Effendy, Onong Uchjana. 2013. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Fatimah. Fajar Nuraini Dwi. 2016. *Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman*. Yogyakarta: Quadrant.
- Fiske, John. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Harun, M. Husein. 1991. *Penyidikan dan Penuntutan dalam Proses: ed.rev.* Jakarta: Rineka Cipta
- Mulyana, Deddy. 2008. *Komunikasi Efektif*. Bandung: PT Remaja Karya
- Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKIS
- Prodjohamidjojo, Martiman. 1990. *Hukum Acara Pidana*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Purba, Amir. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa Perss
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Ruslan, Rosady. 2002. *Peranan Marketing Public Relations*. Jakarta: PT Rajagrafindo
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Cet. XCV. Bandung: CV Alfabeta
- Suryadi, Edi. 2018. *Strategi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Tjiptono, Fandi. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi. Kotler, Philip.
- Tranggono, Latifah. 2007. *Buku Pegangan: Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: PT Gramedia

Pustaka Utama

INTERNET:

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/komunik>

[asi_efektif](#)

<https://www.bpom.go.id/>

<https://sinta.unud.ac.id/uploads/dokum>

[en_dir/ffa54e7003ab5618b7636d72677](#)

[0667e.pdf](#)