

BUNGA RAMPAI

MEDIA PROMOSI KESEHATAN



Pius Kopong Tokan, SKM., M.Sc
Khrispina Owa, SST.,M.Kes
Daniel Robert, SST, M.Kes
Ferdinan Fankari, S.Si.T, M.Kes
Marieta Kristina Sulastawati Bai, S.Si.T.,M.Kes
Eka Wisanti, Ners., M.Kep., Sp.Kep.Kom
Jeana Lydia Maramis, SKM., M.Kes
Dr. Grace K.L. Langi, S.Pd.,SST.,MPHM

Dr. Novi Berliana, SKM, M.P.H
Novarita Mariana Koch, SST., M.Kes
Rahma trisnaningsih, SKM., M.P.H
Raden Rama Widya Kartika Yudha,S.Pd., M.Hum
Aida Silfia.SPd, M.Pd
Drg.Vega Roosa Fione,M.Kes
Iffa Setiana, S.KM.,M.K.M

BUNGA RAMPAI
MEDIA PROMOSI KESEHATAN

Pius Kopong Tokan, SKM., M.Sc
Khrispina Owa, SST.,M.Kes
Daniel Robert, SST, M.Kes
Ferdinan Fankari, S.Si.T, M.Kes
Marieta Kristina Sulastiawati Bai, S.Si.T.,M.Kes
Eka Wisanti, Ners., M.Kep., Sp.Kep.Kom
Jeana Lydia Maramis, SKM., M.Kes
Dr. Grace K.L. Langi, S.Pd.,SST.,MPHM
Dr. Novi Berliana, SKM, M.P.H
Novarita Mariana Koch, SST., M.Kes
Rahma trisnaningsih, SKM., M.P.H
Raden Rama Widya Kartika Yudha,S.Pd., M.Hum
Aida Silfia.SPd, M.Pd
Drg.Vega Roosa Fione,M.Kes
Iffa Setiana, S.KM.,M.K.M



**BUNGA RAMPAI
MEDIA PROMOSI KESEHATAN**

Penulis:

Pius Kopong Tokan, SKM., M.Sc
Khrispina Owa, SST.,M.Kes
Daniel Robert, SST, M.Kes
Ferdinan Fankari, S.Si.T, M.Kes
Marieta Kristina Sulastawati Bai, S.Si.T.,M.Kes
Eka Wisanti, Ners., M.Kep., Sp.Kep.Kom
Jeana Lydia Maramis, SKM,. M.Kes
Dr. Grace K.L. Langi, S.Pd.,SST.,MPHM
Dr. Novi Berliana, SKM, M.P.H
Novarita Mariana Koch, SST., M.Kes
Rahma trisnaningsih, SKM., M.P.H
Raden Rama Widya Kartika Yudha,S.Pd., M.Hum
Aida Silfia.SPd, M.Pd
Drg.Vega Roosa Fione,M.Kes
Iffa Setiana, S.KM.,M.K.M

ISBN :

978-623-8422-66-1

Editor Buku

La Ode Alifariki, S.Kep,Ns.,M.Kes

Cetakan Pertama : 2024

Diterbitkan Oleh :

PT MEDIA PUSTAKA INDO

Jl. Merdeka RT4/RW2 Binangun, Kab. Cilacap, Jawa Tengah

Website: www.mediapustakaindo.com

E-mail: mediapustakaindo@gmail.com

Anggota IKAPI: 263/JTE/2023

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang memperbanyak sebagian karya tulis ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanik, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan menggunakan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penulis.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada saya sehingga buku Bunga Rampai ini dapat tersusun. Buku ini diperuntukkan bagi Dosen, Praktisi, dan Mahasiswa Kesehatan sebagai bahan bacaan dan tambahan referensi.

Buku Bunga Rampai ini berjudul Media Promosi Kesehatan mencoba menyuguhkan dan mengemas beberapa hal penting konsep Media Promosi Kesehatan. Buku ini berisi tentang segala hal yang berkaitan dengan konsep Media Promosi Kesehatan serta konsep lainnya yang disusun oleh beberapa Dosen dari berbagai Perguruan Tinggi.

Buku ini dikemas secara praktis, tidak berbelit-belit dan langsung tepat pada sasaran. Selamat membaca.

Kendari, 8 Januari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

BAB 1_Konsep Dasar Media Promosi Kesehatan.....	1
A. Pendahuluan.....	1
B. Konsep Media Promosi Kesehatan.....	2
BAB 2 Meningkatkan Status Kesehatan Melalui Promosi Kesehatan	14
A. Pendahuluan.....	14
B. Promosi Kesehatan sebagai Upaya Meningkatkan Status Kesehatan.....	15
BAB 3_Promosi Kesehatan Pada Kelompok	26
A. Pendahuluan.....	26
B. Definisi Promosi Kesehatan.....	27
C. Metode promosi kesehatan Kelompok	27
a. Curah Pendapat (Brain Storming)	29
D. Jenis media promosi kesehatan Kelompok	30
BAB 4_Promosi Kesehatan pada Komunitas	39
A. Pendahuluan.....	39
B. Konsep Promosi Kesehatan	39
C. Konsep Promosi kesehatan komunitas	41
D. Tujuan Promosi Kesehatan Komunitas	42
E. Strategi Promosi Kesehatan Komuintas	43
F. Manfaat promosi kesehatan bagi Komunitas	46
BAB 5_Pemanfaatan Buku Saku Untuk Media Promosi Kesehatan	52
A. Pendahuluan.....	52
B. Konsep Media Promosi Kesehatan.....	53
C. Konsep Buku Saku.....	55

BAB 6 Pemanfaatan Permainan Ular Tangga untuk Media Promosi Kesehatan.....	64
A. Pendahuluan.....	64
B. Promosi Kesehatan	64
C. Media Promosi Kesehatan	66
D. Permainan Ular Tangga untuk Media Promosi Kesehatan.....	67
BAB 7 Pemanfaatan Video Animasi Untuk Media Promosi Kesehatan	75
A. Pendahuluan.....	75
B. Promosi Kesehatan	76
C. Media Pembelajaran	78
D. Manfaat Media Pembelajaran.....	79
E. Jenis Media Pembelajaran.....	80
F. Video Animasi.....	82
BAB 8 Vlog Sebagai Media Promosi Kesehatan.....	89
A. Pendahuluan.....	89
B. Vlog.....	90
C. Peran Vlog sebagai Media Promosi Kesehatan	97
BAB 9 Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Untuk Sarana Promosi Kesehatan	100
A. Pendahuluan.....	100
B. Pemanfaatan Media Sosial.....	101
C. Aplikasi TikTok.....	103
D. Pemanfaatan Media dalam bidang kesehatan	104
E. Pemanfaatan Aplikasi Tiktok dalam Promosi Kesehatan ..	106
BAB 10 Promosi Kesehatan Gigi Keluarga	112
A. Pendahuluan.....	112
B. Promosi Kesehatan	113

C. Keluarga	117
D. Promosi Kesehatan Gigi Keluarga.....	117
BAB 11_Pemanfaatan Youtube Untuk Media	123
A. Pendahuluan.....	123
B. YouTube sebagai Platform Promosi Kesehatan.....	124
C. Membuat Vidio Promosi Kesehatan Yang Efektif.....	126
D. Topik Edukasi dan Skenario Vidio YouTube.....	129
E. Dampak Negatif YouTube.....	134
BAB 12_Pemanfaatan Instagram Untuk Media Promosi Kesehatan	137
A. Pendahuluan.....	137
B. Media Promosi Kesehatan	138
C. Media Sosial.....	140
BAB 13 Penggunaan Komik Edukasi Sebagai Media Promosi Kesehatan	145
A. Pendahuluan.....	145
B. Pengertian Media Komik	145
C. Gambar dan Teks Dalam Komik	148
BAB 14 Promosi Kesehatan Gigi Menggunakan Media Leaflet ...	154
A. Pendahuluan.....	154
B. Konsep Promosi Kesehatan	154
C. Media Promosi Kesehatan	155
D. Media Leaflet Dalam Kesehatan Gigi	157
BAB 15 Promosi Kesehatan Sekolah.....	164
A. Pendahuluan.....	164
B. Konsep Promosi Kesehatan Sekolah	164

BAB 1

Konsep Dasar Media Promosi Kesehatan

Pius Kopong Tokan, SKM., M.Sc

A. Pendahuluan

Pada dasarnya promosi kesehatan merupakan suatu aktivitas manusia dalam usaha menyampaikan pesan kesehatan, dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan tentang kesehatan agar menjadi lebih baik, yang pada akhirnya akan memengaruhi perilaku mereka. Terkait dengan hal ini, maka akan melibatkan berbagai komponenn sebagai masukan (input), salah satunya adalah alat-alat bantu atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan (Ana Samiatul Milah, 2022). Sifat dari media ialah sebagai penyalur pesan dan dapat merangsang pikiran, perasaan dan kemauan audiens sehingga dapat mendorong terjadinya proses belajar pada dirinya. Kehadiran media mempunyai arti yang sangat penting sebab ketidakjelasan bahan yang akan disampaikan dapat dibantu dengan menghadirkan media sebagai perantara (Tumurang, 2018).

Media promosi kesehatan disebut juga sebagai alat peraga karena berfungsi membantu memperagakan sesuatu dalam proses promosi kesehatan. Pada hakikatnya dalam merancang sebuah media promosi ini diharapkan dapat melibatkan berbagai panca indera. Semakin banyak panca indera yang digunakan, semakin banyak dan semakin jelas pula pengertian atau pengetahuan yang diperoleh. Sebuah riset membuktikan bahwa indera yang paling banyak berfungsi dalam menyalurkan pengetahuan ke otak adalah mata (75%-87%) (Elisa Ulfiana, 2019)

B. Konsep Media Promosi Kesehatan

1. Pengertian Media dalam Promosi Kesehatan

Media promosi kesehatan adalah semua sarana atau upaya untuk menampilkan pesan informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator sehingga sasaran dapat meningkatkan pengetahuannya yang akhirnya diharapkan dapat berubah perilakunya ke arah positif terhadap kesehatan (Christina Magdalena T.Bolon, 2021).

Media Promosi Kesehatan adalah semua sarana atau upaya untuk menampilkan pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator, baik itu melalui media cetak, elektronik (TV, Radio, komputer, dan sebagainya) dan media luar ruang, sehingga sasaran dapat meningkatkan pengetahuannya yang akhirnya diharapkan dapat berubah perilakunya ke arah positif terhadap kesehatan (Ana Samiatul Milah, 2022).

2. Tujuan Penggunaan Media Promosi Kesehatan

Adapun tujuan dari penggunaan media promosi kesehatan adalah (Notoatmodjo, 2005, *cit* Septian Emma Dwi Jatmika, 2019))

- a. Media dapat mempermudah penyampaian informasi
- b. Media dapat menghindari kesalahan persepsi
- c. Media dapat memperjelas informasi yang disampaikan
- d. Media dapat mempermudah pengertian
- e. Media dapat mengurangi komunikasi yang verbalistik
- f. Media dapat menampilkan objek yang dapat ditangkap dengan mata
- g. Media dapat memperlancar komunikasi, dan lainlain

Penelitian oleh Emy Leonita & Nizwardi Jalinus menyimpulkan bukti empiris menunjukkan pemanfaatan media sosial efektif dalam melakukan upaya promosi kesehatan dengan tujuan meningkatkan pemahaman dan memberi dukungan kepada masyarakat untuk berperilaku sehat (Leonita & Jalinus, 2018)

3. Prinsip Penggunaan Media Promosi Kesehatan

Pada penggunaannya, media promosi kesehatan memiliki beberapa prinsip. Prinsip tersebut diantaranya adalah (Notoatmodjo, 2005 *cit* Septian Emma Dwi Jatmika, 2019))

- a. Semakin banyak indera yang digunakan untuk menerima pesan dan informasi kesehatan dari sebuah media, maka semakin tinggi atau jelas dalam memahami pesan yang diterima
- b. Setiap jenis media yang digunakan sudah pasti memiliki kelemahan dan kelebihan
- c. Perlu digunakannya berbagai macam variasi media namun tidak perlu berlebihan dalam penggunaannya
- d. Pengguna media dapat memotivasi sasaran untuk berperan aktif dalam penyampaian informasi atau pesan
- e. Rencanakan secara matang terlebih sebelum media digunakan atau dikonsumsi oleh sasaran
- f. Hindari penggunaan media sebagai selingan atau pengisi waktu kosong saja
- g. Persiapan yang cukup dalam penggunaan media

3. Kriteria Media Promosi Kesehatan

Kriteria media promosi kesehatan antara lain yaitu (Septian Emma Dwi Jatmika, 2019):

- a. *Technology*
Ketersediaan teknologi dan mudah menggunakan
- b. *Access*
Media promosi kesehatan harus mudah diakses oleh sasaran
- c. *Cost*
Pertimbangan biaya yang digunakan pada media promosi kesehatan
- d. *Interractivity*
Menimbulkan interaksi oleh pengguna media
- e. *Organization*
Dukungan organisasi atau instansi
- f. *Novelty*

Kebaruan media yang digunakan, semakin baru media maka akan semakin menarik

Pada suatu media, pesan yang disampaikan haruslah efektif dan kreatif, maka dari itu harus memenuhi hal-hal berikut :

- a. *Command attention*, adalah mengembangkan satu ide/pesan pokok yang dapat direfleksikan menjadi suatu pesan
 - b. *Clarify the message*, pesan yang digunakan haruslah mudah dimengerti, sederhana dan jelas
 - c. *Create trust*, pesan yang disampaikan harus dapat dipercaya, tidak bohong dan terjangkau
 - d. *Communicate a benefit*, pesan yang disampaikan dapat memberikan keuntungan terutama bagi kedua belah pihak
 - e. *Consistency*, pesan yang disampaikan harus memiliki satu pesan utama di media apapun
 - f. *Cater to the heart and head*, pesan yang disampaikan dapat menyentuh akal dan rasa (emosi) sasaran
 - g. *Call to action*, pesan yang disampaikan dapat mendorong dan mempengaruhi saran untuk bertindak ke hal positif
4. Peran Media Promosi Kesehatan

Media sangat penting peranannya dalam pelaksanaan penyuluhan kesehatan, karena:

- a. Media dapat mempermudah penyampaian informasi.
- b. Media dapat menghindari kesalahan persepsi.
- c. Media dapat memperjelas informasi.
- d. Media dapat mempermudah pengertian
- e. Media dapat mengurangi komunikasi verbalistik.
- f. Media dapat menampilkan objek yang tidak dapat ditangkap dengan mata.
- g. Media dapat memperlancar komunikasi (Dwi Susilowati, 2016)

Penelitian oleh Donny Tri Wahyudi menyimpulkan terdapat hubungan peran media promosi kesehatan terhadap upaya pencegahan Covid-19. Efek media promosi kesehatan

terutama media sosial memiliki peran dalam pencegahan secara berkelanjutan (Wahyudi, 2021).

3. Epektifitas Media Promosi Kesehatan

Penentu keberhasilan sebuah media promosi kesehatan bisa dilihat dari umpan balik yang diterima masyarakat terhadap cara menanggapi aspek kesehatan di dalam kehidupan masyarakat. Semakin banyaknya masyarakat yang sadar akan pentingnya kesehatan merupakan bentuk nyata bahwa media promosi kesehatan telah mampu diterima dan dipahami masyarakat.

Menurut Edgar Dale, dalam dunia pendidikan, penggunaan media /bahan/sarana belajar seringkali menggunakan prinsip Kerucut Pengalaman yang membutuhkan media belajar seperti buku teks, bahan belajar yang dibuat oleh pengajar dan "audio-visual". Edgar Dale membuat klasifikasi 11 tingkatan pengalaman belajar dari yang paling konkrit sampai yang paling abstrak. Klasifikasi tersebut kemudian dikenal dengan nama "**Kerucut Pengalaman**" (The Cone of Experience) dari Edgar Dale. Ketika itu, para pendidik sangat terpicat dengan kerucut pengalaman itu, sehingga pendapat Dale tersebut banyak dianut dalam pemilihan jenis media yang paling sesuai untuk memberikan pengalaman belajar tertentu (Widyawati, 2020).

Menurut Edgar Dale, dalam dunia pendidikan, penggunaan media /bahan/sarana belajar seringkali menggunakan prinsip Kerucut Pengalaman yang membutuhkan media belajar seperti buku teks, bahan belajar yang dibuat oleh pengajar dan "audio-visual" (Widyawati, 2020).



Sumber lain menyatakan bahwa EFEKTIVITAS MEDIA terhadap pemahaman sasaran, yaitu secara:

- a. Verbal : 1 X
- b. Visual : 3,5 X
- c. Verbal dan visual : 6 X

dan adanya perbedaan kemampuan daya ingat seseorang

	Sesudah 3 jam	Sesudah 3 hari
Verbal	: 70%	10%
Visual	: 72 %	20 %
Verbal+Visual	: 85%	65%

Peranan desain komunikasi visual pada media-media promosi kesehatan sangatlah penting, dengan ilmu desain komunikasi visual, media-media promosi kesehatan akan terpublikasikan secara lebih komunikatif, aplikatif, dan tepat sasaran. Melalui unsur dan prinsip desain komunikasi visual yang dipadukan dengan teori komunikasi persuasi yang dituangkan kedalam sebuah kampanye kesadaran kesehatan kepada masyarakat, suatu media promosi kesehatan akan lebih terkonsep dan sistematis (Yulius, 2016).

Penelitian oleh Riza Hayati Ifroh, dkk menyimpulkan pada bahwa konseling menggunakan media audiovisual memberikan dampak pada peningkatan pengetahuan sasaran (Ifroh et al., 2019).

4. Jenis Media Promosi Kesehatan

Berdasarkan jenisnya media promosi kesehatan dapat ditinjau dari beberapa aspek, diantaranya yaitu (Notoatmodjo, 2005 *cit* Septian Emma Dwi Jatmika, 201

Berdasarkan penggunaannya media promosi kesehatan dibedakan menjadi

- 1) Bahan bacaan, diataranya seperti modul, buku, folder, leaflet, majalah, buletin dan lain sebagainya
- 2) Bahan peragaa, poster tunggal, poster seri, lipchart, tranparan, slide, film, dan lain-lain

b. Berdasarkan cara produksi:

Berdasarkan cara produksinya, media promosi kesehatan dikelompokkan menjadi 3, yaitu:

1) Media cetak

Media cetak, yaitu suatu media statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Media cetak pada umumnya terdiri dari gambaran sejumlah kata, gambar atau foto dalam tata warna. Adapun macam-macamnya adalah: Poster, Leaflet, Majalah, Surat kabar, Lembar balik, Sticker, dan pamflet. Fungsi utama media cetak ini adalah memberi informasi dan menghibur.

Kelebihan media cetak: tahan lama, mencakup banyak orang, biaya tidak tinggi, tidak perlu listrik, dapat dibawa ke mana-mana, dapat mengungkit rasa keindahan, mempermudah pemahaman, meningkatkan gairah belajar. Penelitian oleh Melkisedek O. Nubatonis menyimpulkan bahwa promosi kesehatan gigi dan mulut dengan menggunakan media leaflet dapat meningkatkan secara bermakana pengetahuan, sikap dan kebersihan gigi dan mulut siswa SD (Nubatonis, 2017). Penelitian

lain oleh Yunik Andriani, menyimpulkan bahwa Media mini poster berbahasa daerah efektif sebagai media promosi kesehatan (Suwarni et al., 2020).

Kelemahannya adalah media ini tidak dapat menstimulir efek, suara dan efek gerak, mudah terlipat (Ana Samiatul Milah, 2022).

2) Media elektronika

Media elektronika yaitu suatu media bergerak dan dinamis, dapat dilihat dan didengar dalam menyampaikan pesannya melalui alat bantu elektronika. Adapun macam-macam media tersebut adalah: TV, Radio, Film, Video film, Cassete, CD, VCD.

Kelebihan media elektronik: sudah dikenal masyarakat, mengikutsertakan semua panca indra, lebih mudah dipahami, lebih menarik karena ada suara dan gambar bergerak, bertatap muka, penyajian dapat dikendalikan, jangkauan relatif lebih besar, sebagai alat diskusi dan dapat diulang-ulang. Penelitian yang dilakukan oleh Binarni Suhertus (2014) menyimpulkan bahwa promosi kesehatan menggunakan media film lebih efektif dalam meningkatkan pengetahuan dibanding menggunakan media leaflet (Suhertusi et al., 2015). Penelitian lain oleh R Yudi Rachman Saleh (2015-2016)) menyimpulkan bahwa film efektif digunakan sebagai media promosi kesehatan khususnya mengatasi masalah perilaku merokok pada remaja (Saleh et al., 2016)

Kelemahannya: biaya lebih tinggi, sedikit rumit, perlu listrik, perlu alat canggih untuk produksinya, perlu persiapan matang, peralatan selalu berkembang dan berubah, perlu keterampilan penyimpanan, perlu terampil dalam pengoperasian (Ana Samiatul Milah, 2022).

3) Media luar ruang

Media luar ruang yaitu media yang menyampaikan pesannya di luar ruang secara umum melalui media cetak dan elektronika secara statis, misalnya: papan reklame yaitu poster dalam ukuran besar yang dapat dilihat secara umum di perjalanan, spanduk yaitu suatu pesan dalam bentuk tulisan dan disertai gambar yang dibuat di atas secarik kain dengan ukuran tergantung kebutuhan dan dipasang di suatu tempat strategi agar dapat dilihat oleh semua orang. Adapun macam-macam media tersebut adalah: pameran, banner, TV layar lebar.

Kelebihan media luar ruang: sebagai informasi umum dan hiburan, mengikutsertakan semua panca indra, lebih mudah dipahami, lebih menarik karena ada suara dangambar bergerak, bertatap muka, penyajian dapat dikendalikan, jangkauan relatif lebih besar, dapat menjadi tempat bertanya lebih detail, dapat menggunakan semua panca indra secara langsung, dan lain-lain. Penelitian oleh Pramesti Saniscara menyimpulkan bahwa media ruang luar/reklame memang memengaruhi kualitas wajah kota (Saniscara, 2022)

Kelemahannya: biaya lebih tinggi, sedikit rumit, ada yang memerlukan listrik, ada yang memerlukan alat canggih untuk produksinya, perlu persiapan matang, peralatan selalu berkembang dan berubah, perlu keterampilan penyimpanan, perlu keterampilan dalam pengoperasian (Ana Samiatul Milah, 2022).

Berbagai persoalan terkait kelemahan dari media promosi kesehatan perlu disikapi secara bijak sehingga tidak menimbulkan masalah. Penelitian oleh Emy Leonita & Nizwardi menyimpulkan bahwa solusi terhadap kelemahan media sosial melalui internet adalah dengan meningkatkan peran profesional bidang kesehatan dalam mengelola promosi kesehatan berbasis media sosial,

sehingga informasi lebih berkualitas. Profesional kesehatan dapat melakukan langkah-langkah berikut: mengidentifikasi audien, memilih konten yang tepat, memilih strategi yang dapat diadopsi dari bidang lain seperti bidang bisnis, memberikan informasi berbasis data yang akurat dan terkini, meningkatkan partisipasi audien dan penyedia layanan, melakukan monitoring dan evaluasi guna memastikan program promosi berhasil dan berkelanjutan secara online (Leonita & Jalinus, 2018)

DAFTAR PUSTAKA

- Ana Samiatul Milah. (2022). *Pendidikan Kesehatan Dan Promosi Kesehatan Dalam Keperawatan*. Edu Publisher, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat.
- Christina Magdalena T.Bolon. (2021). Pendidikan dan Promosi Kesehatan. In *Pendidikan dan Promosi Kesehatan*. UIM Press, Medan.
- Dwi Susilowati. (2016). *Promosi Kesehatan Modul Bahan Ajar Cetak keperawatan*. Kemenkes RI, Jakarta.
- Elisa Ulfiana, F. S. (2019). *Buku ajar Promosi Kesehatan dalam Praktik Kebidanan (I)*. Politeknik Kesehatan Kemenkes Semarang.
- Ifroh, R. H., Susanti, R., Permana, L., & Noviaasty, R. (2019). Peran Petugas Promosi Kesehatan Dalam Penggunaan Audiovisual Sebagai Media Komunikasi Informasi Dan Edukasi. *Jurnal Ilmu Kesehatan*, 7(2), 281–289.
- Leonita, E., & Jalinus, N. (2018). Peran Media Sosial Dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Literatur. *INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional Dan Teknologi*, 18(2), 25–34.
- Nubatonis, M. O. (2017). Dental Health Promotion Using Leaflet Media on Knowledge , Attitude and Dental Clean and Status of School of Elementary School of Kupang City *Jurnal Info Kesehatan*, 15(2), 451–468.
- Saleh, Y. R., Arya, I. F., & Afriandi, I. (2016). Film yang Efektif Sebagai Media Promosi Kesehatan bagi Masyarakat. *Jurnal Sistem Kesehatan*, 2(2), 70–78.
- Saniscara, P. (2022). Media Luar Ruang Serta Dampaknya Terhadap Kualitas Dan Lingkungan Hidup Masyarakat. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 7(2), 163–174.
- Septian Emma Dwi Jatmika, dkk. (2019). *Buku Ajar Pengembangan Media*. Penerbit K-Media Yogyakarta.
- Suhertusi, B., Desmiwanti, D., & Nurjasmi, E. (2015). Pengaruh Media Promosi Kesehatan tentang ASI Eksklusif terhadap Peningkatan Pengetahuan Ibu di Wilayah Kerja Puskesmas Lubuk Begalung Padang Tahun 2014. *Jurnal Kesehatan Andalas*, 4(1), 17–22.

- Suwarni, L., Arfan, I., & Andriani, Y. (2020). Mini poster berbahasa daerah sebagai alternatif media promosi Kesehatan kepatuhan mencuci tangan. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 2(1), 9-18.
- Tumurang, M. (2018). *Buku Promosi Kesehatan*. Pindomedia Pustaka, Sidoarjo.
- Wahyudi, D. T. (2021). Peran Media Promosi Kesehatan Terhadap Upaya Pencegahan Covid-19 Pada Mahasiswa Keperawatan. *JIKP Jurnal Ilmiah Kesehatan PENCERAH*, 10(2), 277-281.
- Widyawati. (2020). *Buku Ajar Promosi Kesehatan untuk Mahasiswa Keperawatan*. Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Binalita Sudama Medan.
- Yulius, Y. (2016). Peranan Desain Komunikasi Visual Sebagai Pendukung Media Promosi Kesehatan. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 1(3).

BIODATA PENULIS



Pius Kopong Tokan, SKM., M. Sc lahir di Flores Timur, pada 16 November 1968. Menyelesaikan pendidikan S1 di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga dan S2 di Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada. Sampai saat ini penulis sebagai Dosen di Prodi Keperawatan Ende Poltekkes Kemenkes Kupang.

BAB 2 | **Meningkatkan Status Kesehatan Melalui Promosi Kesehatan**

Khrispina Owa, SST.,M.Kes

A. Pendahuluan

Kesehatan merupakan salah satu unsur penting dalam mencapai kesejahteraan umum. Undang-undang No. 36 tahun 2009 tentang kesehatan, mendefenisikan kesehatan adalah merupakan keadaan sehat, baik secara fisik, mental, spiritual maupun sosial yang dapat memungkinkan setiap orang untuk hidup produktif secara sosial dan ekonomi.

Pembangunan kesehatan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional. Peningkatan kesadaran, kemauan dan kemampuan hidup sehat secara mandiri merupakan cita-cita dari pembangunan kesehatan masyarakat. Pembangunan kesehatan ditandai dengan masyarakat mampu mengimplementasikan perilaku hidup bersih sehat dan hidup dalam lingkungan yang terjamin kesehatannya. Masyarakat mendapatkan keadilan yang merata dalam menjangkau atau mengakses layanan kesehatan yang terjamin kualitasnya dalam meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Pembangunan kesehatan senantiasa diarahkan pada peningkatan derajat kesehatan masyarakat (Setyabudi, 2007).

Pembangunan kesehatan dalam penyelenggaraannya meliputi upaya peningkatan kesehatan (promotif), pencegahan penyakit (preventif), penyembuhan penyakit (kuratif) dan pemulihan kesehatan (rehabilitatif) yang harus dilaksanakan dengan menyeluruh, terpadu, tepat serta berkesinambungan untuk mencapai hasil lebih optimal. Menurut Organisasi

Kesehatan Dunia (WHO) promosi kesehatan termasuk kedalam upaya peningkatan kesehatan yang adalah proses mengupayakan individu dan masyarakat untuk meningkatkan kemampuan mereka mengendalikan faktor-faktor yang mempengaruhi kesehatan sehingga dapat meningkatkan derajat kesehatannya (Fitriani, 2011).

B. Promosi Kesehatan sebagai Upaya Meningkatkan Status Kesehatan

Salah satu tonggak promosi kesehatan di Indonesia adalah Deklarasi Jakarta (1997) dalam Depkes RI (2008, h.8) yang merumuskan prioritas promosi kesehatan abad 21 untuk meningkatkan tanggung jawab sosial dalam kesehatan, meningkatkan investasi untuk pembangunan kesehatan dan perluasan kemitraan untuk kesehatan, meningkatkan kemampuan masyarakat dan pemberdayaan individu serta menjamin tersedianya infrastruktur promosi kesehatan (Departemen Kesehatan, 2008)

Promosi kesehatan adalah kegiatan atau usaha menyampaikan pesan kesehatan kepada masyarakat, kelompok atau individu dengan harapan dapat memperoleh pengetahuan tentang kesehatan yang lebih baik (Notoatmodjo, 2012). Promosi kesehatan dapat mempengaruhi seseorang dalam memiliki pengetahuan dan motivasi tentang ilmu kesehatan, termasuk cara hidup sehat dan teratur, sehingga mereka mengerti dan dapat menerapkan prinsip-prinsip pencegahan penyakit dalam kaitannya dengan kesehatan dan keselamatan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh sebab itu seseorang yang telah mendapatkan informasi atau pengetahuan melalui pemberian pendidikan kesehatan dapat juga memiliki nilai, sikap dan motivasi yang positif terhadap prinsip hidup sehat, serta memiliki keterampilan dalam melaksanakan hal yang berkaitan dengan pemeliharaan, pertolongan, dan perawatan kesehatan (Zulfa, 2015).

Menurut Kementerian Kesehatan dalam Keputusan Menteri Kesehatan No. 1114/Menkes/SK/VIII/2005, promosi kesehatan merupakan upaya untuk meningkatkan

kemampuan masyarakat dalam mengendalikan faktor-faktor kesehatan melalui pembelajaran dari, oleh, untuk dan bersama masyarakat, agar mereka dapat menolong dirinya sendiri, serta mengembangkan kegiatan yang bersumberdaya masyarakat, sesuai sosial budaya setempat dan didukung oleh kebijakan publik yang berwawasan kesehatan (Kemenkes, 2005).

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor 1193/Menkes/SK/X/2004 tentang Kebijakan Nasional Promosi Kesehatan dan Surat Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor 1114/Menkes/SK/II/2005 tentang Pedoman Promosi Kesehatan di Daerah, strategi dasar promosi kesehatan adalah (1) Pemberdayaan, (2) Bina Suasana dan (3) Advokasi (4) Kemitraan (Kemenkes, 2005).

Kegiatan promosi dapat dilaksanakan melalui strategi advokasi, pemberdayaan masyarakat, dan kemitraan. Advokasi dilakukan untuk mendapatkan komitmen kuat dari pimpinan pusat, daerah serta pemangku kepentingan. Pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan melibatkan kader dan masyarakat dalam kegiatan promosi dengan ikut serta memberikan penyuluhan tentang kesehatan perorangan dan kesehatan lingkungan. Kemitraan dilakukan dengan organisasi-organisasi profesi kesehatan dan sektor-sektor lain yang terkait dengan penyediaan sarana dan prasarana serta diseminasi informasi perilaku hidup bersih dan sehat seperti bidang pekerjaan umum, perumahan rakyat, pendidikan dan kebudayaan, komunikasi dan informasi, dan bidang lainnya yang akan mendorong tercapainya pelayanan yang komprehensif (Kemenkes, 2005).

Pemberdayaan dalam promosi kesehatan adalah hal yang sangat penting, dikarenakan pemberdayaan ini merupakan proses agar masyarakat dapat berperan dalam pengambilan dan penetapan tindakan yang berhubungan dengan kualitas kesehatannya. Pemberdayaan merupakan tindakan pemberian informasi pada kelompok sasaran secara terus menerus, memperhatikan perkembangan sasaran, serta membantu mengubah dari tidak tahu menjadi tahu (Aspek Knowledge),

dari tahu menjadi mau (aspek attitude), dan dari mau menjadi mampu untuk melaksanakan dan mempraktekkan perilaku yang telah diberikan atau diperkenalkan (aspek practice) (Lina, 2016).

Pemberdayaan dapat dilakukan melalui pendekatan edukatif kepada masyarakat sebagai sasaran primer program. Advokasi kepada pemangku kebijakan (*stakeholder* sebagai sasaran tersier), perlu dilakukan agar program yang akan diimplementasikan mendapatkan dukungan dari pihak yang berpengaruh. Selain itu para tokoh penting yang disegani di masyarakat (sasaran sekunder) sebagai *social supporter*, diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan diri masyarakat agar berpartisipasi aktif dalam gerakan pemberdayaan (Mubarak, 2007). Pendekatan edukatif dalam pemberdayaan masyarakat dapat berperan sebagai stimulan agar potensi yang dimiliki dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan menangani masalah kesehatan secara mandiri karena masyarakat sendiri yang paling menyadari masalah kesehatan yang sedang dihadapi sehingga mereka memiliki hak dan potensi untuk memilah masalah yang paling urgensi serta menemukan solusi untuk mengatasi masalah kesehatan tersebut (Notoatmodjo, 2012. Kegiatan pemberdayaan dimulai dalam skala kecil yaitu dirumah tangga melalui upaya preventif, dengan penerapan perilaku hidup bersih dan sehat dalam rumah tangga dengan harapan masyarakat mampu secara mandiri mencegah risiko terjadinya penyakit, memelihara kesehatan dan terlibat aktif dalam gerakan masyarakat hidup sehat (GERMAS) (Setyabudi, 2007).

Dalam kehidupan sehari-hari masih ditemukan berbagai masalah kesehatan dalam masyarakat yang disebabkan oleh rendahnya pengetahuan, kesadaran, ketidakmampuan serta kurangnya motivasi masyarakat dalam perilaku hidup bersih dan sehat dalam pencegahan penyakit. Masyarakat lebih memilih mendapatkan pengobatan daripada tindakan pencegahan. Untuk itu mengapa promosi kesehatan menjadi sangat penting. Promosi kesehatan melibatkan upaya untuk

meningkatkan kesadaran, memberikan informasi, mendorong individu, kelompok/komunitas dan masyarakat secara umum untuk mengadopsi perilaku hidup yang sehat (Notoatmodjo, 2014).

Berbagai hasil artikel hasil penelitian menjadi dasar mengapa promosi kesehatan menjadi sangat penting dalam upaya meningkatkan status kesehatan masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Santoso, dkk tentang penanggulangan filariasis menyatakan terjadi peningkatan pengetahuan dari 30,8% sebelum diberikan promosi kesehatan menjadi 59,8% dan sikap responden dengan kategori baik dari 62,4% menjadi 79,5% dan perilaku minum obat responden mengalami peningkatan setelah promkes dari 70,1% menjadi 88,9% (Santoso., 2016). Hasil penelitian Frantin F, dkk menyatakan ada pengaruh promosi kesehatan terhadap peningkatan pengetahuan siswa sebelum dan sesudah promosi kesehatan 5,54 dengan $p = 0,0001$; thitung -37,410 dan sikap siswa sebelum dan sesudah promosi kesehatan 6,46 dengan $p = 0,0001$; thitung -37,873 tentang kesehatan reproduksi remaja (Frantin, 2015). Hasil penelitian Cicilia Presska, dkk, di Kelurahan Pedurungan Kidul Kota Semarang menyatakan ada perbedaan signifikan pengetahuan sebelum dan sesudah promosi kesehatan tentang kecacingan pada siswa Madrasah Ibtidaiyah(Cicilia Prescca., 2013). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Simamora,R.H, terhadap 60 responden di Kelurahan Sunggal Kabupaten Sumatera Utara menyatakan terjadi peningkatan pengetahuan masyarakat dari kategori buruk yaitu 5% menjadi 88,3% dengan kategori baik. Hal ini menunjukkan adanya manfaat promosi kesehatan berupa penyuluhan kepada masyarakat dengan menggunakan media audiovisual terhadap peningkatan pengetahuan masyarakat (Simamora, 2019).

Pusat promosi kesehatan Kementerian kesehatan 2013, menjabarkan peran promosi kesehatan dalam upaya meningkatkan kesehatan masyarakat antara lain:

1. Pencegahan penyakit dan peningkatan kualitas hidup.
Promosi kesehatan sebagai upaya pencegahan penyakit dengan mempertahankan kesehatan yang baik. Promosi kesehatan dapat membantu mencegah berbagai macam penyakit kronis berbahaya seperti penyakit jantung, kanker, diabetes melitus dengan meningkatkan kesadaran individu maupun masyarakat untuk menjaga pola makan sehat, melakukan aktifitas fisik yang cukup, mengelola stress, menghindari asap rokok serta perilaku hidup bersih dan sehat lainnya. Seseorang dapat meningkatkan kualitas hidupnya, mencegah penyakit dan mengurangi risiko komplikasi penyakit serta menikmati hidup lebih panjang tanpa menderita penyakit dengan menerapkan perilaku hidup sehat.
2. Pendidikan kesehatan (edukasi) dan peningkatan kesadaran
Promosi kesehatan dapat mengedukasi individu dan masyarakat untuk meningkatkan pemahaman akan pentingnya pencegahan penyakit dan mempertahankan kesehatan dan upaya-upaya yang dilakukan untuk mencapainya. Edukasi dapat disampaikan melalui media sosial, kampanye, seminar, poster, brosur, dan media lainnya yang dapat diakses untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman sehingga membantu individu maupun masyarakat mengambil keputusan yang lebih baik tentang kesehatan mereka. Promosi kesehatan dapat menjadi stimulan dalam perubahan perilaku dan gaya hidup individu maupun masyarakat akan pentingnya perilaku sehat dan risiko yang terkait dengan perilaku yang tidak sehat.
3. Beban negara dalam pembiayaan kesehatan dikurangi.
Promosi kesehatan sebagai upaya pencegahan penyakit, sehingga masyarakat dapat terhindar dari penyakit yang dapat membantu meringankan beban negara untuk mengurangi anggaran untuk biaya pengobatan. Dengan pencegahan dapat mengurangi jumlah penggunaan rumah

sakit dan kunjungan ke dokter maupun penggunaan sumber daya medis lainnya dapat berkurang secara signifikan. Hal ini akan membantu negara dalam mengalokasikan sumber daya yang lebih baik untuk perawatan penderita yang membutuhkan dan meningkatkan efisiensi pembiayaan kesehatan secara keseluruhan.

4. Mendorong perubahan sosial dan lingkungan.
Promosi kesehatan tidak hanya berfokus pada perilaku individu, tetapi juga mendorong perubahan sosial dan lingkungan yang mendukung gaya hidup sehat. Dengan mempengaruhi kebijakan publik, menciptakan lingkungan yang ramah terhadap kesehatan, dan mendorong perubahan budaya yang positif, promosi kesehatan dapat menciptakan perubahan jangka panjang yang berdampak pada kesehatan masyarakat secara keseluruhan. Misalnya, melalui kampanye anti-rokok, promosi kesehatan telah berhasil mengubah persepsi masyarakat tentang merokok dan mendorong kebijakan larangan merokok di tempat umum, sehingga mengurangi prevalensi perokok aktif dan pasif.
5. Membangun komunitas yang sehat.
Promosi kesehatan juga berfokus pada pembangunan komunitas yang sehat. Melalui kolaborasi antara individu, keluarga, lembaga pendidikan, pemerintah, dan organisasi masyarakat, promosi kesehatan memperkuat ikatan sosial dan membangun dukungan sosial yang diperlukan untuk mengadopsi perilaku sehat. Dalam komunitas yang sehat, individu saling memberikan dukungan dan memotivasi untuk berperilaku hidup sehat dan menciptakan lingkungan hidup yang bersih dan sehat, sehingga mendukung kesehatan fisik dan mental.
6. Mengurangi ketidaksetaraan kesehatan
Promosi kesehatan juga berperan dalam mengurangi ketidaksetaraan kesehatan yang sering terjadi di masyarakat. Dengan memperluas akses terhadap

informasi, pelayanan kesehatan, dan sumber daya yang diperlukan, promosi kesehatan berusaha untuk mengatasi disparitas dalam kesehatan antara kelompok-kelompok yang berbeda. Ini termasuk mengatasi faktor-faktor sosial, ekonomi, dan lingkungan yang dapat mempengaruhi kesehatan seseorang.

Kesimpulannya, promosi kesehatan memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas hidup dan mencegah penyakit. Melalui edukasi, kesadaran, dan perubahan perilaku, promosi kesehatan mempengaruhi individu, keluarga, komunitas, dan masyarakat secara keseluruhan. Dengan meningkatkan pemahaman tentang pentingnya kesehatan dan mendorong adopsi gaya hidup sehat, promosi kesehatan membawa manfaat jangka panjang dalam mengurangi beban penyakit, memperbaiki sistem kesehatan, dan menciptakan masyarakat yang lebih sehat dan berdaya. Oleh karena itu, upaya promosi kesehatan harus diberikan perhatian dan dukungan yang memadai dari berbagai pihak, baik individu maupun pemerintah, untuk mencapai masyarakat yang lebih sehat dan kualitas hidup yang lebih baik (Kementerian Kesehatan, 2013).

DAFTAR PUSTAKA

- Cicilia Prescca., A. S. (2013). Pengaruh Promosi Kesehatan melalui Penyuluhan Kesehatan tentang Kekacangan terhadap Pengetahuan dan Sikap Siswa Madrasah Ibtidaiyah An Nur Kelurahan Pedurungan Kidul Kota Semarang. *Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia, Vol.7, No.2, 184-190.*
- Departemen Kesehatan, R. (2008). *Modul Pelatihan Bagi Tenaga Promosi Kesehatan di Puskesmas.* Jakarta: Pusdiklat SDM Kesehatan- Dep.Kes, RI.
- Fitriani, S. (2011). *Promosi Kesehatan.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Frantin, F. (2015). Pengaruh Promosi Kesehatan Reproduksi Remaja terhadap Pengetahuan dan Sikap Siswa SMP Negeri 08 Bitung. *Jurnal Ilmiah Bidan Vol.3 No.2, -.*
- Kementerian Kesehatan, R. (2013). *Pedoman Pelaksanaan Promosi Kesehatan di Puskesmas.* Jakarta: Pusat Promosi Kesehatan, Kementerian Kesehatan, RI.
- Kesehatan, K. (2005). *Keputusan Menteri Kesehatan No. 1114/MENKES/SK/VII/2005 tentang Pedoman Pelaksanaan Promosi Kesehatan di daerah.* Jakarta : Kementerian Kesehatan, RI.
- Lina, H. (2016). Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) Siswa di SDN 42 Korong Gadang Kecamatan Kuanji Padang. *Jurnal Promosi Kesehatan, -.*
- Mubarak, W. &. (2007). *Promosi Kesehatan sebuah Pengantar Proses Belajar Mengajar dalam Pendidikan.* Yogyakarta: Graaha Ilmu.
- Notoatmodjo, S. (2012). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. (2014). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Santoso., Y. T. (2016). Pengaruh Promosi Kesehatan terhadap Pengetahuan, Sikap dan Perilaku masyarakat tentang Filariasis (effect of health promotion to community knowledge, attitude and behavior of filariasis). *Jurnal Buletin Penelitian Sistem Kesehatan Vol.17. No.2, -.*

- Setyabudi, R. (2007). Pengaantar Gizi Masyarakat. *Jurnal Gizi*, -.
- Simamora, R. (2019). Penyuluhan Kesehatan terhadap masyarakat: Perawatan penderita asam urat dengan media audio visual. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, Vol.6, No.1, -.
- Zulfa, D. &. (2015). Pengaruh Promosi Kesehatan Terhadap Motivasi Pasien Hipertensi Tentang Pelaksanaan Diet Hipertensi di Poliklinik Penyakit Dalam RS. Rajawali Bandung. *Jurnal Pendidikan Keperawatan Indonesia*, -.

PROFIL PENULIS



Khrispina Owa, SST.,M.Kes

Lahir pada 04 Oktober 1971 di Maunori, Kecamatan Mauponggo, Kabupaten Nagekeo. Mengenyam pendidikan SPK tahun 1991 dan melanjutkan ke Program Pendidikan Bidan tahun 1992. Diangkat menjadi PNS sebagai seorang bidan didesa tahun 1992 sampai 1997 melanjutkan pendidikan Akademi Kebidanan Depkes Denpasar tamat tahun 2000. Tahun 2007 diberikan kesempatan melanjutkan pendidikan DIV Bidan Pendidik di Poltekkes Kemenkes Yogyakarta lulus tahun 2008. Tahun 2014 melanjutkan pendidikan Magister Ilmu Kesehatan Masyarakat Peminatan Kesehatan Ibu Anak dan Kesehatan Reproduksi Universitas Udayana lulus tahun 2016. Tahun 2018 mengajukan mutasi dan bergabung bersama di Poltekkes Kemenkes Kupang. Tahun 2019 resmi diterima menjadi salah satu dosen pada Program Studi Keperawatan Ende, Poltekkes Kemenkes Kupang. Penulis aktif sebagai peneliti dibidang kepekararan Kesehatan Ibu dan Anak. Penulis aktif dalam kegiatan Tri Darma Perguruan Tinggi.

Email Penulis:
khrispinaowa@gmail.com

BAB 3

Promosi Kesehatan Pada Kelompok

Daniel Robert, SST, M.Kes

A. Pendahuluan

Salah satu upaya untuk mencapai derajat kesehatan masyarakat yang setinggi-tingginya adalah pendidikan kesehatan atau promosi kesehatan. Promosi kesehatan pada hakikatnya adalah kegiatan atau upaya mengkomunikasikan pesan-pesan kesehatan kepada masyarakat, kelompok atau individu. Untuk mencapai tujuan akhir, yaitu perubahan perilaku, berbagai pendekatan (misalnya medis, perilaku, berpusat pada klien), berbagai model (misalnya, model keyakinan kesehatan, teori kognitif sosial), berbagai strategi (advokasi, kemitraan) dapat digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam melakukan semua itu, diperlukan komunikasi yang baik dan perlu digunakan media atau alat bantu visual agar pesan mencapai sasarannya.

Sebagaimana tercantum dalam Kebijakan Promosi Kesehatan Nasional Dalam Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 74 Tahun 2015 tentang upaya peningkatan kesehatan dan pencegahan penyakit, promosi kesehatan dilaksanakan dengan merumuskan kebijakan publik yang berorientasi pada kesehatan, menciptakan lingkungan yang mendukung, memperkuat gerak masyarakat, mengembangkan kemampuan pribadi, menyesuaikan arah, dari pelayanan kesehatan. Promosi kesehatan terjadi melalui strategi pemberdayaan masyarakat, advokasi dan kemitraan serta didukung oleh metodologi dan media yang tepat, data dan informasi yang akurat serta sumber daya yang optimal termasuk sumber daya manusia yang profesional.

B. Definisi Promosi Kesehatan

Promosi kesehatan adalah suatu cara untuk meningkatkan partisipasi individu dan kolektif dalam tindakan kesehatan dan meningkatkan program melalui kombinasi penggunaan berbagai metode. Pendekatannya terpadu untuk memastikan tindakan diambil di seluruh lapisan masyarakat untuk menghasilkan hasil kesehatan yang lebih baik. Promosi kesehatan merupakan pengembangan pendidikan kesehatan, penyuluhan, komunikasi, informasi, dan edukasi.

Promosi kesehatan menggabungkan pendidikan kesehatan dengan intervensi hukum, keuangan, ekonomi, lingkungan dan organisasi yang tepat untuk mencapai kesehatan dan mencegah penyakit. Promosi kesehatan adalah proses menginformasikan, mempengaruhi dan memungkinkan masyarakat untuk berperan aktif dalam mendukung perubahan perilaku dan lingkungan serta memelihara dan meningkatkan kesehatan untuk mencapai tingkat kesehatan yang optimal melalui kegiatan (PMK RI. Nomor 44 Tahun 2018).

WHO (1986) merumuskan promosi kesehatan sebagai proses mengupayakan individu dan masyarakat untuk meningkatkan kemampuan mereka mengendalikan faktor-faktor yang mempengaruhi kesehatan sehingga dapat meningkatkan derajat kesehatannya.

C. Metode promosi kesehatan Kelompok

Terlaksananya suatu kegiatan promosi kesehatan dipengaruhi oleh beberapa faktor mulai dari faktor metodologi, materi, pendidik atau promotor yang menyampaikan pesan hingga media atau aksesoris yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut. Agar optimal, faktor-faktor ini harus bekerja sama. Artinya untuk sasaran tertentu harus menggunakan cara tertentu, bahan dan aksesoris atau pendukungnya juga harus disesuaikan. Metode adalah cara atau pendekatan tertentu. Dalam proses pembelajaran pendidik harus mampu memilih dan menggunakan metode pengajaran yang disesuaikan atau relevan, tergantung pada kondisi setempat. Dengan kata lain, pemilihan metode yang cermat adalah untuk mencapai tujuan promosi kesehatan.

Metode lain promosi kesehatan mencakup informasi, dan komunikasi, mobilisasi sosial, mediasi, dan advokasi. Metode-

metode ini sangat relevan untuk memobilisasi sektor-sektor yang berhubungan dengan kesehatan untuk berkontribusi terhadap pembangunan tergantung pada tujuannya, jenis metode pelayanan kesehatan meliputi:

1. Individu (Bimbingan dan konseling)

Bimbingan berisi penyampaian informasi yang berkenaan dengan masalah pendidikan, pekerjaan, pribadi dan masalah social yang disajikan dalam bentuk pelajaran. Tujuan informasi dalam bimbingan untuk memperbaiki dan mengembangkan pemahaman diri dan orang lain dan secara tidak langsung merubah sikap. Konseling merupakan proses belajar yang bertujuan memungkinkan konseli mengenal dan menerima diri sendiri serta realistis dalam proses penyelesaian dengan lingkungannya.

Konseling adalah strategi utama proses bimbingan yang merupakan teknik standar dan tugas pokok seseorang di suatu pusat pendidikan. Melalui konseling, klien terbantu untuk menyelesaikan masalah pribadinya, memahami dirinya sendiri, mengeksploitasi dirinya sendiri dan mampu memimpin dirinya sendiri dalam masyarakat serta berkontribusi dalam mengembangkan kesehatan mentalnya, hingga mengubah sikap perilaku.

2. Wawancara (*Interview*)

Cara ini sebenarnya adalah bagian dari tuntunan dan nasehat. Wawancara antara petugas kesehatan dan klien untuk mengumpulkan informasi mengapa mereka tidak menerima perubahan, apakah mereka tertarik atau tertarik dengan perubahan tersebut. juga merupakan pertanyaan apakah perilaku yang telah atau akan dilakukan didasarkan pada dasar pemahaman dan kesadaran yang kokoh. Kalau tidak, saran yang lebih mendalam.

3. Metode promosi kesehatan kelompok kecil

Cara ini digunakan untuk kelompok sasaran yang terbagi menjadi 2 yaitu kelompok kecil dan kelompok besar. Metode promosi kesehatan dalam kelompok kecil kelompok sasarannya terdiri dari 6 sampai 15 orang. Misalnya diskusi kelompok, metode bola salju, permainan simulasi, dll.

a. Curah Pendapat (Brain Storming)

Metode ini merupakan modifikasi dari metode grup. Prinsipnya sama dengan metode grup. Bedanya, ketua kelompok mulai mengeksplorasi suatu masalah, kemudian masing-masing peserta memberikan jawaban. Tanggapan atau jawaban ini dikumpulkan dan ditulis pada flipchart atau papan tulis. Sebelum semua peserta mengutarakan pendapatnya, tidak bisa berkomentar. Setelah seluruh anggota sudah mengutarakan pandangannya, masing-masing anggota dapat berkomentar dan akhirnya diskusi pun dimulai.

b. Bola Salju (Snow Baling)

Kelompok dibagi menjadi berpasangan dan kemudian mengajukan pertanyaan atau masalah. Setelah sekitar 5 menit, setiap pasangan bergabung menjadi satu. Mereka terus berdiskusi masalahnya dan mencari solusi. Kemudian masing-masing dari 2 pasangan yang sudah berjumlah 4 digabungkan lagi oleh pasangan yang lain dan seterusnya hingga akhirnya ada satu di antara semua anggota kelompok.

c. Memainkan Peran

Pada metode ini, beberapa anggota kelompok diberi peran tertentu untuk menjalankan perannya, misalnya sebagai dokter puskesmas, perawat atau lain-lain, sedangkan Anggota lainnya adalah pasien atau anggota masyarakat. Mereka mendemonstrasikan, misalnya bagaimana berinteraksi atau mengkomunikasikan pelaksanaan tugas sehari-hari.

d. Permainan Simulasi

Metode ini merupakan kombinasi dari permainan peran obrolan grup. Pesan kesehatan disajikan dalam beberapa bentuk seperti permainan monopoli. Cara mainnya persis seperti main dadu, gaco. Ada orang yang menjadi aktor dan ada pula yang menjadi pembicara.

4. Metode promosi kesehatan kelompok besar

Metode promosi kesehatan kelompok besar apabila kelompok sasaran terdiri dari >15-50 orang. Misalnya metode ceramah yang diikuti atau tanpa diikuti dengan tanya jawab, seminar, loka karya, dan sebagainya. Untuk memperkuat

metode memerlukan alat bantu seperti overhead projector, slide projector, film, sound system, dan sebagainya.

a. Ceramah

Metode ceramah merupakan suatu alat yang digunakan untuk menyampaikan materi kepada pendengar. Saat ini konferensi tidak hanya dilakukan pada acara-acara tertentu saja tetapi juga dapat berlangsung di banyak tempat. Kegiatan konferensi dapat dilakukan secara langsung dan direkam sedemikian rupa sehingga pendengar dapat melihatnya di atau di televisi.

b. Lokakarya

Lokakarya adalah program pendidikan singkat dan Fasilitator lokakarya memberikan peserta tugas yang harus diselesaikan pada saat itu. Kegiatan lokakarya identik dengan seminar, pertemuan ilmiah untuk membahas suatu permasalahan tertentu oleh para ahli di bidang tertentu. Lokakarya atau dalam bahasa Inggris kita sebut dengan workshop suatu acara dimana beberapa orang berkumpul untuk memecahkan masalah dan mencari solusi. Workshop itu pertemuan ilmiah kecil-kecilan, Anas (2012).

c. Perbincangan (*talk show*)

Diskusi tentang kesehatan melalui media baik televisi atau radio, pada hakikatnya merupakan bentuk pendidikan kesehatan massal.

D. Jenis media promosi kesehatan Kelompok

Berdasarkan fungsinya sebagai penyebar pesan media ini dibedakan menjadi tiga, yaitu media cetak, media elektronik, dan media dalam buatan sendiri.

1. Media Cetak

Media ini lebih menyukai pesan visual, umumnya terdiri dari sejumlah kata, gambar, atau foto berwarna. Media cetak mempunyai beberapa keunggulan antara lain dapat bertahan lama, ditujukan kepada banyak orang, dapat dibawa kemana saja kemanapun, tidak memerlukan listrik, mudah dipahami dan dapat menambah semangat belajar. Media cetak mempunyai titik lemahnya yaitu tidak merangsang gerakan maupun

efek suara dan harus dilipat. Media cetak sebagai alat penyampaian pesan kesehatan sangat beragam, antara lain :

a. Booklet

Booklet merupakan salah satu cara dalam menyampaikan pesan kesehatan dalam bentuk buku, baik dalam bentuk gambar. Booklet digunakan sebagai media promosi kesehatan, sehingga petugas kesehatan tidak perlu memberikan penjelasan secara berturut-turut atau berulang-ulang tentang kesehatan karena pesan kesehatan sudah ada dalam booklet. Jika masyarakat bertanya tentang kesehatan, petugas kesehatan dapat memberikan brosur agar masyarakat dapat membaca pesan kesehatan yang terkandung.

b. Leaflet

Leaflet adalah suatu bentuk penyampaian informasi atau pesan kesehatan melalui lembaran kertas yang dilipat. Isi informasi dapat berupa gambar atau kombinasinya. Pada umumnya pengajaran pendidikan kesehatan melalui ceramah akan disertai dengan pemberian leaflet berisi pesan-pesan yang disampaikan selama pendidikan kesehatan melalui ceramah. Leaflet digunakan misalnya untuk memberikan gambaran suatu masalah, contoh untuk deskripsi pengolahan air di tingkat rumah tangga, deskripsi tuberkulosis dan pencegahannya, dll.

c. Poster

Poster adalah suatu bentuk media cetak yang berisi pesan atau informasi tentang kesehatan, umumnya ditempel di tembok, di tempat umum atau di tempat umum. Poster adalah lembaran kertas besar , berukuran lebar 60 cm dan tinggi 90 cm, dengan tulisan dan gambar atau simbol untuk sebuah pesan. Poster banyak digunakan oleh perusahaan komersial untuk mempromosikan produk mereka dan memperkuat pesan yang disampaikan oleh media.

Sadiman (2006), mengatakan, poster tidak hanya sekedar menyampaikan kesan tertentu, namun juga

mampu dan memotivasi perilaku orang yang memajangnya.

d. Flyer

Flyer, berbentuk selebaran, namun tidak dilipat. Pada umumnya flyer digunakan pada saat suatu acara berlangsung untuk menyampaikan pesan kepada pengunjung agar tidak banyak bertanya kepada pembuat acara.

e. Flip chart

Flipchart, media yang memungkinkan menyampaikan informasi kesehatan dalam bentuk flipchart. Umumnya berbentuk buku yang setiap lembarnya terdapat gambar demonstrasi dan lembar dibaliknya berisi kalimat-kalimat berupa pesan atau informasi yang ditautkan ke flipchart.

f. Slide

Slide adalah halaman yang akan ditampilkan. Setiap halaman memerlukan tulisan berupa penyampaian poin disertai bentuk dan gambar yang dapat mendukung penjelasan penyampai. Ada empat keunggulan dukungan ini Slide :

- 1) membantu menciptakan pemahaman yang kuat dan memori pesan yang disampaikan dan dapat dikombinasikan dengan elemen.
- 2) merangsang minat dan perhatian siswa dengan warna gambar konkrit.
- 3) program slide direvisi seperlunya, filmnya terpisah-pisah.
- 4) Penyimpanannya mudah berkat ukurannya yang kecil.

g. Foto yang mengungkapkan informasi kesehatan.

Foto akan menyampaikan pesan yang digambarkan dalam gambar tampilan. Tidak semua orang dapat memahami pesan-pesan yang ada dalam foto tersebut dan bahkan mungkin saja pesan yang disampaikan pada foto tersebut dipahami secara berbeda oleh penonton sehingga menimbulkan perbedaan persepsi antara si pengirim dan si penerima pesan di foto. Mesin

cetak mempunyai beberapa keunggulan yaitu tahan lama, dapat menjangkau banyak orang, biayanya tidak mahal, tidak memerlukan listrik, dapat dibawa kemana-mana, lebih mudah dibawa memahami.

Media cetak juga mempunyai beberapa kelemahan, yaitu tidak dapat merangsang efek suara dan gerak serta mudah ditekuk. Pesan tidak efektif bagi penderita gangguan penglihatan. Pesan tertulis akan menyulitkan audiens yang memiliki kelemahan membaca.

2. Media Elektronik

Media ini merupakan media yang bergerak dan dinamis, dapat dilihat, didengar dan disebarkan melalui alat bantu. Media elektronik ini mempunyai kelebihan antara lain mudah dipahami, lebih menarik, dikenal masyarakat, tatap muka, melibatkan panca indera, penyajiannya terkontrol dan diulang-ulang dan jangkauannya lebih jauh. Kekurangan dari media ini adalah biayanya lebih mahal, agak rumit, memerlukan alat yang canggih dalam produksinya, memerlukan persiapan yang matang, peralatan selalu berubah dan berkembang, membutuhkan keterampilan penyimpanan dan keterampilan mengoperasikan. Media elektronik sebagai sasaran penyampaian pesan atau informasi tentang kesehatan ada jenisnya, antara lain:

a. Televisi

Penyampaian pesan atau informasi kesehatan melalui media televisi dapat berupa drama, serial, forum diskusi tanya jawab masalah kesehatan, pidato, spot televisi, kuis atau kuis. Media televisi merupakan alat penyampaian pesan yang sangat efektif kepada masyarakat, karena televisi akan menampilkan animasi sekaligus suara untuk memudahkan khalayak dalam menerima pesan yang disampaikan.

Kelebihan televisi antara lain keterusterangannya yang nyata, media yang menarik, menarik perhatian masyarakat. Sementara itu, kelemahan televisi adalah sebagai berikut: harga televisi relatif mahal,

komunikasi hanya satu arah, jadwal siaran dan pelajaran sekolah sulit menyesuaikan, programnya berada di bawah kendali orang tua dan guru dan ukuran gambarnya relatif kecil.

b. Radio

Radio adalah media yang digunakan untuk mengirimkan pesan ke banyak orang yang mengandalkan audio atau suara. Penyiaran radio sangat efektif untuk sifat panggilan dan notifikasi, karena tidak akan bisa memberikan feedback atas pesan yang diterimanya. Banyak stasiun radio yang kini mempunyai program kesehatannya sendiri, sehingga radio menjadi media bagi aktivis kesehatan untuk menyampaikan pesan-pesan kesehatan. Penyebaran informasi atau pesan kesehatan juga dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, antara lain diskusi, siaran radio, konferensi, radio spot, dll.

Keunggulan media radio antara lain harga yang relatif murah, kemudahan perjalanan, acara yang dapat disiarkan sesuka hati, mengembangkan imajinasi dan merangsang keaktifan pikiran pendengar.

c. Video

Transmisi informasi atau pesan kesehatan dapat dilakukan melalui video. Pembuatan video mempunyai tujuan, yaitu video yang bertujuan menceritakan suatu cerita, dokumenter yang bertujuan untuk merekam suatu kejadian atau peristiwa dalam kehidupan, penyajian video yang bertujuan mengkomunikasikan gagasan atau pikiran.

Video analog adalah produk industri televisi dan oleh karena itu digunakan sebagai standar televisi. Video Digital adalah produk dari industri computer dan oleh sebab itu dijadikan standar data digital. Video sebagai media promosi kesehatan mempunyai kelebihan dan kekurangan. Video memiliki kelebihan yaitu :

- 1) Memberikan informasi, mengangkat isu, mendemonstrasikan keterampilan
- 2) Melalui VCR, sejumlah besar pemirsa memperoleh informasi dari para ahli/spesialis.

- 3) Cocok untuk target menengah dan kecil
 - 4) Mampu belajar mandiri dan memungkinkan klien beradaptasi
 - 5) Demonstrasi yang sulit dapat dipersiapkan dan direkam sehingga selama waktu mengajar guru dapat fokus pada presentasi.
 - 6) Kontrol penuh ada di di tangan penyedia hardware dalam video, yang menghemat waktu dan rekaman dapat diputar berulang kali.
 - 7) Keras dan lembutnya suara dapat diatur jika perlu disisipkan komentar
 - 8) Video sebagai media promosi kesehatan mempunyai kelebihan dan kekurangan.
- d. Film Strip

Strip film juga dapat digunakan untuk pesan kesehatan.

Film strip merupakan media video diam, yang pada dasarnya hampir sama dengan film slide. Hanya saja media ini terdiri dari beberapa yang bentuknya hanya satu kesatuan, ujung yang satu disambung ujung yang lain membentuk suatu rangkaian. Media elektronik mempunyai beberapa keunggulan, yaitu dikenal masyarakat luas, menggugah indra pendengaran dan penglihatan, mudah dipahami, lebih menarik karena mempunyai suara dan gambar animasi, penyajiannya terkontrol, mempunyai cakupan yang relatif luas. ruang lingkungnya, merupakan alat diskusi dan dapat diulangi.

Media elektronik juga mempunyai kelemahan, yaitu biaya yang mahal, agak rumit, membutuhkan listrik, peralatan produksi yang canggih dan memerlukan eksploitasi.

3. Media Luar Ruang

Media luar ruang adalah media yang menyampaikan informasinya di luar ruangan. Media luar dapat berupa media atau media elektronik, misalnya baliho, spanduk, pameran, spanduk, dan televisi layar lebar, yang memuat pesan, slogan, atau logo.

Kelebihan media ini adalah lebih mudah dipahami, lebih menarik, memberikan informasi umum dan hiburan, bersifat tatap muka, melibatkan kelima indera, penyajiannya dapat dan bahwa cakupannya relatif luas. Kekurangan dari dukungan ini adalah biaya ditambah sedikit rumit, memerlukan persiapan peralatan produksi yang matang, peralatan terus berkembang dan membutuhkan keterampilan penyimpanan dan keterampilan untuk beroperasi. Menurut asesorisnya, mereka dapat dibagi menjadi beberapa kelompok:

- a. Benda asli, yaitu benda nyata, baik benda mati maupun benda mati, adalah alat peraga terbaik karena cepat dikenali dan memiliki bentuk yang tepat dan ukuran yang tepat. Namun kelemahan dari alat penunjang pendidikan ini adalah tidak selalu mudah untuk dibawa kemana-mana sebagai alat penunjang pendidikan.
- b. Benda tiruan yang ukurannya berbeda dengan aslinya. Benda tiruan dapat digunakan sebagai media atau promosi kesehatan. Memang penggunaan benda nyata tidak dimungkinkan, karena ukuran benda aslinya terlalu besar juga, benda tiruan dapat berupa yang terbuat dari bahan seperti tanah, kayu, semen, plastik dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Anas. (2012). Workshop dan Jenisnya. <http://anasaff.blogspot.com/2012/08/workshop-dan-jenisnya.html>
- Arief S. Sadiman, (2006). Media pendidikan: Pengertian, pengembangan dan pemanfaatannya. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Departemen Kesehatan RI., (2008). Modul Pelatihan Bagi Tenaga Promosi Kesehatan Di Puskesmas. Jakarta: Pusdiklat SDM Kesehatan., Departemen Kesehatan RI
- Departemen Kesehatan RI (2003) *Panduan Penggunaan Media Penyuluhan* (Jakarta: Dirjen PPM dan PL Departemen Kesehatan RI, 2003).
- Green, L & Kreuter, M.W, 2005., *Health Promotion Planning, An Educational and Environmental Approach*, Second Edition, Mayfield Publishing Company.
- Notoatmodjo, S., (2019). Promosi kesehatan teori dan aplikasi Jakarta: Rineka Cipta.
- Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 74 Tahun (2015). tentang Upaya Peningkatan Kesehatan Dan Pencegahan Penyakit. Indonesia, Kementerian Kesehatan
- Permenkes Nomor 44 Tahun (2018). Tentang Penyelenggaraan Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS)
- Romivera. (2013). Lokakarya (workshop). <https://romivera.wordpress.com/2013/06/03/lokakarya-workshop/> (Diakses tanggal 15 November 2014
- Siregar, Putra Apriadi, Promosi Kesehatan Lanjutan Dalam Teori Dan Aplikasi, Edisi Pert (Jakarta: PT. Kencana, 2020)
- World Health Organization, (1986). Ottawa charter for health promotion. WHO/HPR/HEP/95.1.

BIODATA PENULIS



Daniel Robert, SST, M.Kes,
Lahir di Manado Propinsi Sulawesi
Utara, pada tanggal 20 Desember 1970.
Menyelesaikan Pendidikan Akademi
Gizi Manado Depkes, tahun 1995,
Melanjutkan Pendidikan Diploma IV
Minat Gizi Masyarakat di UNIBRAW
Malang Tahun sebagai Sekertaris
Jurusan Gizi, mengajar pada beberapa
2000. Kemudian melanjutkan studi
pada Pasca Sarjana Universitas Gadjah
Mada Yogyakarta Minat Gizi
Masyarakat lulus tahun 2006. Lalu
Bekerja sebagai dosen di Jurusan Gizi
pada Politeknik Kesehatan Kemenkes
Manado, dan diberi tugas tambahan
mata kuliah antara lain : SKP, PPG,
Statistika, PKG, Tumbang, dll.

BAB 4

Promosi Kesehatan pada Komunitas

Ferdinan Fankari, S.Si.T, M.Kes

A. Pendahuluan

Promosi kesehatan adalah Proses untuk meningkatkan kemampuan orang dalam mengendalikan dan meningkatkan kesehatannya. Untuk mencapai keadaan sehat, seseorang atau kelompok harus mampu mengidentifikasi dan menyadari aspirasi, mampu memenuhi kebutuhan dan merubah atau mengendalikan lingkungan (Piagam Ottawa, Promosi kesehatan adalah Proses membuat orang mampu meningkatkan kontrol terhadap, dan memperbaiki kesehatan mereka (WHO, 1984).

Promosi kesehatan di dunia sudah sejak tahun 1980-an, tetapi di Indonesia baru di kembangkan sejak tahun 1995 sebagai pengembangan lebih lanjut dari Pendidikan dan Penyuluhan Kesehatan. Promosi kesehatan adalah upaya membantu masyarakat agar mampu melaksanakan perilaku hidup bersih dan sehat (PHBS) untuk menolong dirinya sendiri, melalui pembelajaran dari, oleh dan bersama masyarakat, sesuai sosial budaya setempat dan didukung oleh kebijakan publik yang berwawasan kesehatan (Notoatmodjo, 2003)

B. Konsep Promosi Kesehatan

Promosi kesehatan berkembang dari pemahaman bahwa upaya pencegahan dan meningkatkan kesehatan merupakan aspek penting dalam merawat individu dan masyarakat secara keseluruhan. Latar belakangnya meliputi beberapa faktor penting:

1. Perubahan Paradigma Kesehatan: sebelumnya, fokus utama pelayanan kesehatan adalah pengobatan penyakit.

Namun, dengan meningkatnya pemahaman akan pentingnya pencegahan, pendekatan ini berkembang menjadi mempromosikan kesehatan dan mencegah penyakit sebelum terjadi.

2. Peningkatan Keterampilan dan Pengetahuan: Kemajuan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi, termasuk dalam bidang kedokteran, psikologi, dan ilmu sosial, telah memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang cara-cara untuk menjaga dan meningkatkan kesehatan.
3. Dampak Faktor Lingkungan dan Sosial: Peningkatan kesadaran tentang bagaimana lingkungan fisik, sosial, dan ekonomi berperan dalam kesehatan masyarakat telah mendorong perhatian terhadap promosi kesehatan sebagai cara untuk mempengaruhi faktor-faktor ini secara positif.
4. Pengakuan akan Kebutuhan Masyarakat: Peningkatan kesadaran akan masalah kesehatan masyarakat dan kesenjangan akses terhadap layanan kesehatan telah mendorong upaya untuk mengarahkan perhatian pada promosi kesehatan dalam rangka menciptakan perubahan yang lebih luas dan berkelanjutan.
5. Pengaruh Budaya dan Gaya Hidup: Kesehatan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor fisik, tetapi juga oleh budaya, norma sosial, dan gaya hidup. Ini telah mendorong perubahan dalam pendekatan kesehatan yang melibatkan aspek-aspek ini secara lebih menyeluruh.
6. Peran Pendidikan Kesehatan: Pendidikan kesehatan telah menjadi bagian penting dalam masyarakat modern, memainkan peran kunci dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya gaya hidup sehat dan perawatan pencegahan.

Semua faktor ini secara bersama-sama telah membentuk landasan untuk perkembangan promosi kesehatan sebagai pendekatan yang lebih proaktif dan menyeluruh dalam menjaga kesehatan individu dan komunitas. Latar belakang ini terus berkembang seiring pemahaman yang lebih baik tentang kesehatan dan kebutuhan yang terus berubah dalam masyarakat.

C. Konsep Promosi kesehatan komunitas

Konsep promosi kesehatan komunitas melibatkan strategi dan prinsip-prinsip yang ditujukan untuk meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan di tingkat komunitas (Subargus, 2011). Beberapa konsep utama dalam promosi kesehatan komunitas meliputi:

1. Pendekatan Terpadu dan Holistik: memperhatikan kesehatan sebagai keseluruhan yang melibatkan aspek fisik, mental, sosial, dan lingkungan. Ini mencakup mengidentifikasi masalah kesehatan yang luas dan mendekati solusinya secara komprehensif.
2. Pemberdayaan Masyarakat: Memberdayakan individu dan komunitas untuk mengambil peran aktif dalam perencanaan, implementasi, dan evaluasi program-program kesehatan. Ini melibatkan memperkuat kapasitas komunitas dan memberikan kontrol atas kesehatan mereka sendiri.
3. Partisipasi dan Kolaborasi: Mendorong partisipasi aktif dari berbagai pihak termasuk anggota komunitas, lembaga kesehatan, pemerintah, dan organisasi non-profit. Kolaborasi ini memperluas sumber daya dan pengaruh untuk memajukan tujuan kesehatan.
4. Pencegahan dan Promosi Kesehatan: Fokus pada pencegahan penyakit dan masalah kesehatan dengan mendorong gaya hidup sehat, mengurangi faktor risiko, dan mempromosikan kesehatan secara menyeluruh.
5. Advokasi dan Pengaruh Kebijakan: Mendorong perubahan kebijakan dan regulasi yang mendukung lingkungan sehat dan gaya hidup sehat bagi masyarakat. Ini bisa meliputi advokasi untuk akses yang setara terhadap layanan kesehatan atau perubahan dalam infrastruktur komunitas.
6. Edukasi Kesehatan yang Berkelanjutan: Menyediakan informasi kesehatan yang tepat, mudah diakses, dan dapat dipahami oleh masyarakat. Edukasi ini mencakup peningkatan pengetahuan tentang kesehatan, pencegahan penyakit, dan cara hidup sehat.
7. Pendekatan Budaya dan Kontekstual: Memahami dan menghormati nilai-nilai, norma, dan kebutuhan spesifik

dari suatu komunitas. Pendekatan ini memungkinkan adopsi strategi yang lebih relevan dan diterima oleh masyarakat.

8. Evaluasi dan Pemantauan Berkelanjutan: Melakukan pemantauan terus-menerus terhadap progres program, mengevaluasi dampaknya, dan melakukan penyesuaian jika diperlukan untuk memastikan efektivitas dan keberlanjutan program.

Konsep-konsep ini membentuk landasan bagi perencanaan dan implementasi program promosi kesehatan komunitas yang berkelanjutan, terfokus, dan responsif terhadap kebutuhan kesehatan yang beragam dalam masyarakat.

D. Tujuan Promosi Kesehatan Komunitas

Tujuan dari promosi kesehatan komunitas adalah menciptakan perubahan positif dalam kesehatan masyarakat secara keseluruhan. Beberapa tujuan khususnya termasuk:

1. Meningkatkan Kesadaran Kesehatan: Memastikan anggota komunitas memahami pentingnya kesehatan dan pengaruhnya terhadap kehidupan sehari-hari. Hal ini meliputi pemahaman tentang pentingnya pola makan sehat, aktivitas fisik, dan upaya pencegahan penyakit.
2. Mendorong Perilaku Sehat: Merangsang perubahan perilaku yang lebih sehat di antara anggota komunitas, seperti kebiasaan makan yang baik, olahraga teratur, penggunaan obat yang bijak, dan kepatuhan pada imunisasi serta pemeriksaan kesehatan rutin.
3. Peningkatan Akses Terhadap Layanan Kesehatan: Memastikan bahwa layanan kesehatan yang berkualitas dan terjangkau tersedia bagi seluruh anggota komunitas. Ini bisa mencakup akses yang lebih baik terhadap fasilitas kesehatan, edukasi tentang cara menggunakan layanan tersebut, serta upaya untuk mengurangi disparitas akses kesehatan.
4. Pemberdayaan Masyarakat: Membangun kemampuan dan motivasi masyarakat untuk mengambil peran aktif dalam mempromosikan kesehatan mereka sendiri. Ini meliputi partisipasi dalam pengambilan keputusan terkait kesehatan, pembentukan kelompok dukungan, dan

- pengembangan keterampilan untuk mengelola kesehatan secara mandiri.
5. Peningkatan Kualitas Lingkungan: Mengidentifikasi dan mengatasi faktor-faktor lingkungan yang dapat memengaruhi kesehatan masyarakat, seperti polusi udara, sanitasi yang buruk, atau kekurangan akses terhadap air bersih.
 6. Pencegahan Penyakit dan Cedera: Melalui promosi kesehatan, tujuannya juga adalah mencegah timbulnya penyakit dan cedera dengan menargetkan faktor-faktor risiko yang dapat dicegah, seperti kebiasaan merokok, makanan tidak sehat, kurangnya aktivitas fisik, dan perilaku berisiko lainnya.
 7. Mengurangi Ketidaksetaraan Kesehatan: Upaya promosi kesehatan juga bertujuan untuk mengurangi disparitas kesehatan antara kelompok-kelompok dalam masyarakat, memastikan bahwa semua orang memiliki kesempatan yang sama untuk hidup sehat tanpa memandang latar belakang sosial atau ekonomi mereka.

E. Strategi Promosi Kesehatan Komunitas

Strategi pelaksanaan promosi kesehatan komunitas mencakup sejumlah langkah yang dapat membantu dalam merancang dan melaksanakan program yang efektif (Wariana, 2012). Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan:

1. Advokasi, Advokasi adalah kegiatan memberikan bantuan kepada masyarakat dengan membuat keputusan (*Decision Makers*) dan penentu kebijakan (*Policy makers*) dalam bidang kesehatan maupun sector lain diluar kesehatan yang mempunyai pengaruh terhadap masyarakat. Dengan demikian para pembuat keputusan akan mengadakan atau mengeluarkan kebijakan-kebijakan dalam bentuk peraturan, undang-undang, instruksi yang diharapkan menguntungkan bagi kesehatan masyarakat umum. Strategi ini akan berhasil jika sasarannya tepat dan sasaran advokasi ini adalah para pejabat eksekutif dan legaslitif, para pejabat pemerintah, swasta, pengusaha, partai politik dan organisasi atau LSM dari tingkat pusat sampai daerah. Bentuk dari advokasi berupa lobbying melalui pendekatan atau pembicaraan-pembicaraan formal

atau informal terhadap para pembuat keputusan, penyajian isu-isu atau masalah-masalah kesehatan yang mempengaruhi kesehatan masyarakat setempat dan seminar-seminar kesehatan.

2. Kemitraan : Di Indonesia istilah kemitraan (partnership) masih relative baru, namun demikian prakteknya di masyarakat sebenarnya sudah terjadi sejak dahulu. Sejak nenek moyang kita telah mengenal istilah gotong royong yang sebenarnya esensinya adalah kemitraan. Jadi kemitraan adalah suatu kerjasama formal antara individu-individu, kelompok-kelompok atau oragnisasi-organisasi untuk mencapai suatu tugas atau tujuan tertentu. Dalam kerjasama tersebut ada kesepakatan tentang komitmen dan harapan masing-masing, tentang peninjauan kembali terhadap kesepakatan-kesepakatan yang telah dibuat dan saling berbagi baik dalam resiko maupun keuntungan yang diperoleh.
3. Pemberdayaan : pemberdayaan masyarakat merupakan bagian yang sangat penting dan bahkan dapat dikatakan sebagai ujung tombak. Pemberdayaan adalah proses pemberian informasi kepada individu, keluarga atau kelompok (klien) secara terus menerus dan berkesinambungan mengikuti perkembangan klien, serta proses membantu klien, agar klien tersebut berubah dari tidak tahu menjadi tahu atau sadar (aspek knowledge), dari tahu menjadi mau(aspek attitude) dan dari mau menjadi mampu melaksanakan perilaku yang diperkenalkan (aspek practice). Perubahan dari tahu ke mau pada umumnya dicapai dengan menyajikan fakta-fakta dan mendramatisasi masalah (Kemenkes RI, 2011).
4. Bina Suasana : bina suasana adalah upaya menciptakan lingkungan social yang mendorong individu anggota masyarakat untuk mau melakukan perilaku yang diperkenalkan. Seseorang akan terdorong untuk mau melakukan sesuatu apabila lingkungan social dimanapun ia berada (keluarga dirumah, oragnisasi siswa/ mahasiswa, serikat pekerja/ karyawan, orang-orang yang menjadi panutan/idola, kelompok arisan majelis agama dll (Kemenkes RI, 2011) .

Selain strategi-strategi diatas dapat juga dilakukan lakukan langkah-langkah strategis promosi kesehatan pada komunitas yaitu :

1. Analisis Kebutuhan: Mulailah dengan analisis mendalam tentang masalah kesehatan yang dihadapi oleh komunitas. Identifikasi masalah kesehatan utama, faktor-faktor penyebabnya, serta kebutuhan dan sumber daya yang tersedia.
2. Partisipasi Komunitas: Libatkan anggota komunitas dalam setiap tahap perencanaan dan pelaksanaan program. Dengan melibatkan mereka, program akan lebih relevan dan lebih mungkin diterima oleh masyarakat.
3. Pendidikan dan Komunikasi: Gunakan berbagai saluran komunikasi untuk menyebarkan informasi tentang kesehatan. Ini bisa meliputi workshop, kampanye media sosial, papan pengumuman, ceramah, atau diskusi kelompok.
4. Penguatan Keterampilan: Adakan pelatihan atau sesi pengembangan keterampilan untuk membantu masyarakat mengadopsi perilaku sehat. Misalnya, pelatihan memasak sehat, latihan fisik, atau keterampilan manajemen stres.
5. Kemitraan dan Kolaborasi: Bangun kemitraan dengan lembaga kesehatan, pemerintah, organisasi non-profit, atau bisnis lokal. Kolaborasi ini dapat membantu dalam mendapatkan sumber daya tambahan dan mendukung penyebaran program.
6. Kampanye Promosi Kesehatan: Rencanakan kampanye yang menarik untuk menjangkau masyarakat lebih luas. Kampanye ini bisa berupa acara sehat, kontes, atau kegiatan yang mengedukasi dan menginspirasi masyarakat.
7. Pemantauan dan Evaluasi: Lakukan pemantauan berkala terhadap progres program dan evaluasi secara menyeluruh. Hal ini membantu dalam menentukan efektivitas program dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.
8. Pendekatan Holistik: Perhatikan kesehatan sebagai keseluruhan yang mencakup aspek fisik, mental, sosial,

dan lingkungan. Pendekatan holistik ini penting untuk mencapai perubahan perilaku yang berkelanjutan.

9. **Pemberdayaan Masyarakat:** Dorong partisipasi aktif masyarakat dalam pengambilan keputusan terkait kesehatan mereka sendiri. Berikan mereka peran yang aktif dalam menentukan solusi yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka.
10. **Perubahan Kebijakan:** Jika memungkinkan, upayakan perubahan kebijakan yang mendukung lingkungan yang lebih sehat bagi komunitas. Ini bisa melibatkan advokasi kepada pihak berwenang untuk membuat perubahan yang lebih baik dalam dukungan kesehatan.
Dengan menerapkan strategi-strategi ini dengan cermat dan terfokus, program promosi kesehatan di tingkat komunitas dapat menjadi lebih efektif dan berdampak positif bagi kesehatan dan kesejahteraan masyarakat.

F. Manfaat promosi kesehatan bagi Komunitas

Promosi kesehatan membawa beragam manfaat yang signifikan bagi komunitas, termasuk:

1. **Pencegahan Penyakit:** Upaya promosi kesehatan membantu mengedukasi dan mendorong perilaku sehat di antara anggota komunitas, yang pada gilirannya dapat membantu mencegah penyakit tertentu dan mengurangi faktor risiko.
2. **Peningkatan Kesadaran Kesehatan:** Melalui informasi yang diberikan tentang kebiasaan hidup sehat, nutrisi, olahraga, dan kebersihan, promosi kesehatan membantu anggota komunitas untuk memahami dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan.
3. **Kualitas Hidup yang Lebih Baik:** Dengan adanya upaya pencegahan, pengetahuan yang lebih baik tentang kesehatan, serta perubahan perilaku yang lebih sehat, anggota komunitas cenderung memiliki kualitas hidup yang lebih baik secara keseluruhan.
4. **Pemberdayaan Masyarakat:** Promosi kesehatan melibatkan partisipasi aktif dari anggota komunitas dalam perencanaan dan pelaksanaan program-program kesehatan. Ini dapat meningkatkan keterlibatan mereka dalam pengambilan keputusan dan memberdayakan

mereka untuk mengelola kesehatan pribadi dan kelompok mereka.

5. Pengurangan Beban Penyakit dan Biaya Kesehatan: Dengan mencegah penyakit dan kondisi tertentu, promosi kesehatan dapat mengurangi jumlah kunjungan ke fasilitas kesehatan dan biaya perawatan yang terkait dengan penyakit-penyakit yang dapat dicegah.
6. Peningkatan Produktivitas dan Kesejahteraan Ekonomi: Komunitas yang lebih sehat memiliki anggota yang lebih produktif karena mereka kurang absen karena sakit. Kesehatan yang lebih baik juga dapat meningkatkan kemampuan anggota komunitas untuk bekerja dan berkontribusi pada ekonomi lokal.
7. Pengurangan Ketidaksetaraan Kesehatan: Dengan memfokuskan upaya pada kesetaraan akses terhadap layanan kesehatan dan pendidikan kesehatan, promosi kesehatan dapat membantu mengurangi kesenjangan kesehatan antarberbagai kelompok dalam masyarakat.
8. Pembentukan Lingkungan yang Sehat: Melalui perubahan perilaku, promosi kesehatan juga dapat mempengaruhi lingkungan fisik dan sosial komunitas, menciptakan lingkungan yang lebih sehat bagi seluruh anggotanya.

Dengan adanya promosi kesehatan yang efektif, komunitas bisa mendapatkan manfaat jangka panjang dalam hal kesehatan, kesejahteraan, dan kualitas hidup secara keseluruhan.





Gambar 1 & 2. Contoh Promoasi kesehatan pada anak Sekolah



Gambar 3 Contoh Promosi kesehatan kepada masyarakat



Gambar 4. Contoh promosi kesehatan pada anak panti asuhan

Gambar 5 & 6. Contoh promosi kesehatan pada kader



DAFTAR PUSTAKA

- Ewles, L, Simnett,I. (1994), *Promosi kesehatan Petunjuk Praktis* (terj). Universitas Gadjah Mada Press. yogyakarta.
- Herijulianti, E, Indriani,T,S, Artini,S. 2002. *Pendidikan Kesehatan Gigi*. EGC. Jakarta.
- Kholid, A, (2015), *Promosi Kesehatan dengn pendekatan Teori perilaku, media dan Aplikasinya*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Milah, Ana Samiatul. *Pendidikan Kesehatan dan Promosi Kesehatan dalam Keperawatan*. Edu Publisher, 2022.
- Notoatmodjo, S (2003), *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Rineke Cipta. Jakarta
- Salikun, dkk, (2018), *Promosi Kesehatan Gigi dan Mulut*, Andi, Yogyakarta
- Subargus, A, (2011), *Promosi Kesehatan Melalui Pendidikan kesehatan Masyarakat*, Goyyen Publishing, yogyakarta
- Susilowati, Dwi, and Dwi Susilowati. "Promosi kesehatan." (2016).
- Waryana, (2016), *Promosi kesehatan, Penyulhan dan pemberdayaan masyarakat*, Nuha Medika, Yogyakarta, 2016
- Widayati, Aris. 2020. *Perilaku kesehatan (health behavior): aplikasi teori perilaku untuk promosi kesehatan*. Sanata Dharma University Press

BIODATA PENULIS



Ferdinan Fankari, S.Si.T, M.Kes. Lahir di Alor, NTT, pada tanggal 22 Februari 1972. Tercatat sebagai Lulusan Pendidikan Guru SPRG IKIP Bandung tahun 1996, Pendidikan Perawat Gigi Pendidik Fakultas Kedokteran Gigi, Universitas Gadjah Mada tahun 2005, dan Program Magister Promosi Kesehatan Universitas Diponegoro tahun 2011 dan saat ini sebagai dosen tetap di Jurusan Kesehatan Gigi Poltekkes Kemenkes Kupang.

BAB 5 | Pemanfaatan Buku Saku Untuk Media Promosi Kesehatan

Marieta Kristina Sulastiawati Bai, S.Si.T.,M.Kes

A. Pendahuluan

Promosi kesehatan merupakan upaya untuk mempengaruhi, dan atau mengajak orang lain, baik individu, kelompok atau masyarakat agar dapat menjelaskan perilaku hidup bersih dan sehat. Promosi kesehatan juga merupakan suatu program yang sangat penting dipahami karena pada era pelayanan kesehatan (*Health Care*). Promosi kesehatan dirancang untuk memandirikan individu, kelompok atau pun masyarakat dalam memelihara dan meningkatkan kesehatan dengan kesadaran, kemauan serta pengembangan lingkungan sehat. Salah satu keberhasilan dari promosi kesehatan adalah penggunaan mediapromosi kesehatan yang tepat, efektif dan berinovasi (Supatmi, et al. 2023).

Media merupakan perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Secara garis besar manusia, materi atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat peserta didik mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan ataupun sikap untuk itu pendidik, buku teks dan lingkungan pendidikan semua ini termasuk media. Jadi media merupakan perantara bisa berupa alat dan bahan, sedangkan pembelajaran yaitu sesuatu yang diajarkan bisa berupa tulisan, gerakan dan lain sebagainya. Media pembelajaran merupakan faktor penunjang dalam pendidikan guna mendapatkan hasil pendidikan yang baik, menyenangkan dan efektif. Untuk itu, diperlukan media alternative yang dapat menarik antusiasme

yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta didik, salah satunya yaitu pengembangan media pembelajaran audiovisual berbasis video animasi (Budiarsini *et al*, 2020).

B. Konsep Media Promosi Kesehatan

1. Pengertian media dalam Promosi Kesehatan

Kata media berasal dari bahasa latin yang merupakan bentuk jamak dari kata medium. secara harfiah, media berarti perantara, yaitu perantara antara sumber pesan (a source) dengan penerima pesan (a receiver), beberapa hal yang termasuk ke dalam media adalah film, televisi, diagram, media cetak (printe materials), komputer, instruktur lain (Ishak Kenre, 2022).

Media merupakan sarana untuk menyampaikan pesan kepada sasaran sehingga mudah dimengerti oleh sasaran/pihak yang dituju. Media promosi kesehatan adalah semua sarana atau upaya untuk menampilkan pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator, baik itu melalui media cetak, elektronik dan media luar ruang, sehingga sasaran dapat meningkatkan pengetahuannya yang akhirnya diharapkan dapat berubah perilakunya ke arah positif terhadap kesehatannya. Media menjadi alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. media pendidikan adalah alat dan bahan yang digunakan dalam proses pengajaran atau pembelajaran (Ishak Kenre, 2022).

2. Tujuan Media Promosi Kesehatan

Tujuan penggunaan media promosi kesehatan menurut Notoatmodjo (2005) *cit* Septian Emma Dwi Jatmika, (2019) antara lain adalah :

- a. Media dapat mempermudah penyampaian informasi
- b. Media dapat menghindari kesalahan persepsi
- c. Media dapat memperjelas informasi yang disampaikan
- d. Media dapat mempermudah pengertian

- e. Media dapat mengurangi komunikasi yang verbalistik
- f. Media dapat menampilkan objek yang dapat ditangkap dengan mata
- g. Media dapat memperlancar komunikasi, dan lain-lain.

Notoatmodjo (2005) mengatakan bahwa pada penggunaan media untuk promosi kesehatan memiliki beberapa prinsip diantaranya adalah semakin banyak indera yang digunakan untuk menerima pesan dan informasi kesehatan dari sebuah media, maka semakin tinggi atau jelas dalam memahami pesan yang diterima. Setiap jenis media yang digunakan sudah pasti memiliki kelemahan kelebihan. perlu digunakannya berbagai macam variasi media namun tidak perlu berlebihan dalam penggunaannya. Pengguna media dapat memotivasi sasaran untuk berperan aktif dalam penyampaian informasi atau pesan. Rencanakan secara matang terlebih dahulu sebelum media digunakan atau dikonsumsi oleh sasaran. Hindari penggunaan media sebagai selingan atau pengisi waktu kosong saja.

3. Kriteria Media Promosi Kesehatan

Septian Emma Dwi Jatmika (2019) mengatakan ada beberapa kriteria Media Promosi Kesehatan antara lain yaitu :

- a. Technology
Ketersediaan teknologi dan mudah menggunakan
- b. Access
Media promosi kesehatan harus mudah diakses oleh sasaran
- c. Cost
Petimbangan biaya yang digunakan pada media promosi kesehatan
- d. Interractivity
Menimbulkan interaksi oleh pengguna media

- e. Organization
Dukungan organisasi atau instansi
- f. Novelty
Kebaruan media yang digunakan, semakin baru media maka akan semakin menarik

C. Konsep Buku Saku

1. Pengertian

Dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan, diperlukan media promosi yang efektif dan mudah diakses. Salah satu media yang dapat digunakan adalah buku saku. Buku saku memiliki keunggulan dalam portabilitas dan kemudahan distribusi, membuatnya menjadi alat promosi kesehatan yang potensial. Buku saku merupakan sumber belajar yang termasuk dalam media cetak. Buku saku berisikan materi-materi yang praktis, tampilannya menarik, mudah dibawa kemanapun, salah satu contoh buku saku tentang kesehatan reproduksi remaja yang mampu membuat remaja terfokus dalam pembelajaran, sehingga menumbuhkan motivasi remaja untuk mempelajari materi yang ada pada buku saku Melyanti (Ayu Dea Wulansari, dkk, 2021).

Buku saku ialah suatu media berbentuk buku yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan kesehatan dalam bentuk buku, baik berupatulisn maupun gambar. Booklet juga bisa digunakan untuk mempromosikan barang atau produk jasa oleh suatu perusahaan. Kini booklet sudah banyak digunakan di Indonesia (Jatmika, et al, 2019).

Buku saku juga adalah suatu media untuk menyampaikan pesan – pesan kesehatan dalam bentuk buku, baik berupa tulisan maupun gambar. Booklet digunakan sebagai media untuk promosi kesehatan sehingga tenaga kesehatan tidak perlu repot lagi melakukan penjelasan secara berturut atau berulang-ulang tentang kesehatan dikarenakan pesan kesehatan

tersebut sudah ada pada booklet. Bila ada masyarakat yang menanyakan tentang kesehatan, maka tenaga kesehatan bisa memberikan booklet sehingga masyarakat bisa membaca pesan kesehatan yang ada didalam booklet (Ishak Kenre, 2022).

Ada beberapa faktor yang memengaruhi hasil promosi kesehatan dengan menggunakan buku saku yakni beberapa halaman antara lain buku saku itu sendiri, faktor-faktor atau kondisi lingkungan juga kondisi individual. Oleh karena itu dalam pemakaiannya perlu mempertimbangkan kemampuan membaca seseorang, kondisi fisik maupun psikologis penderita dan juga faktor lingkungan dimana penderita itu berada. Masyarakat akan membacanya sendiri tentang permasalahan kesehatan dan solusi kesehatan yang diinginkan. Secara umum manfaat booklet adalah untuk promosi dan booklet memiliki manfaat yang banyak terutama bagi tenaga kesehatan dan masyarakat (Ishak Kenre, 2022). Dan buku saku juga memiliki keunggulan, manfaat dan karakteristik.

2. Rista Islamarida dkk (2023), buku saku buku saku memiliki beberapa karakteristik antara lain yaitu :
 - a. Aspek materi terdapat kajian yang sesuai dengan topik, terdapat bahan bacaan yang tepat agar tercapai sesuai dengan harapan, sajian isi materi memang benar adanya yaitu materi kajian dalam bidang keilmuan. Mempunyai manfaat untuk kehidupan dan penyajian materi sudah seimbang antara materi dasar dan penunjang.
 - b. Aspek sajian, dikatakan baik apabila sebuah buku saku harus menyajikan materi yang lengkap selarai dengan keinginan belajar yang berlandaskan kebutuhanwarga belajar dan menyajikan materi yang dengan mudah dipahami dan tidak membosankan ketika dibaca.

- c. Aspek bahasa dan keterbacaan, pengutaraan materi pada buku saku berkaitan dengan Tingkat kesederhanaan bahasa warag belajar.
 - d. Aspek grafika, hal ini menyangkut bentuk luar buku yaitu warna, huruf, ilustrasi dan cetakan sehingga buku saku disenangi oelh siswa atau siapa saja karena pengemasan yang baik dan pada akhirnya diminati pembacanya.
 - e. Penyusun Buku Saku :
 - 1) Menentukan judul dan sub judul yang tepat
 - 2) Membuat susunan yang rasional dan pola yang kongkret.
 - 3) Mengaplikasikan Teknik dan gaya penulisan yang sesuai
 - 4) Membuat kemasan yang menarik
3. Beberapa manfaat buku saku atau booklet sebagai media promosi kesehatan bagi tenaga kesehatan (Ishak Kenre, 2022) adalah sebagai berikut :
- a. Harga Terjangkau

Pembuatan media booklet tidak membutuhkan biaya yang mahal sehingga tenaga kesehatan yang ingin membuat booklet sebagai media promosi kesehatan tidak perlu mengeluarkan uang yang besar namun akan memberikan manfaat semakin besar. Harga terjangkau dapat terjadi karena pembuatan booklet tidak memerlukan kertas yang mahal sehingga biaya produksi booklet juga menjadi kecil. Terjangkaunya harga pembuatan booklet PROMOSI KESEHATAN akan membuat tenaga kesehatan dapat melakukan pencetakan booklet dalam jumlah yang besar untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat.
 - b. Informasi lengkap.

Booklet sebagai media promosi kesehatan dapat dicetak dalam bentuk ukuran kecil dan dan sedang. Pemberian informasi kesehatan dapat dilakukan secara lengkap sesuai dengan kebutuhan dan

keinginan tenaga kesehatan yang ingin memberikan promosi kesehatan bahkan tenaga kesehatan juga bisa menuliskan segala prosedur atau langkah-langkah dalam melakukan sebuah perilaku gaya hidup sehat (gerakan masyarakat hidup sehat) dan kelebihan melakukan sebuah perilaku gaya hidup sehat (gerakan masyarakat hidup sehat).

- c. Desain menarik dan mudah dipahami masyarakat Booklet sebagai media promosi kesehatan dapat di desain semenarik mungkin sesuai dengan kelompok sasaran promosi kesehatan. Desain dari sebuah media akan berperan penting untuk menarik perhatian masyarakat sebagai calon konsumen yang akan mendapatkan informasi kesehatan. Masyarakat yang tertarik dari desain sebuah media akan menimbulkan rasa penasaran untuk membaca media tersebut hingga akan mengambil booklet tersebut untuk dibawa kerumah dan diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Kata-kata yang digunakan pada booklet tidak berbeli-belit dan sangat sederhana. Masyarakat dengan cepat akan memahami isi dari booklet. Kata-kata yang mudah dipahami akan membuat masyarakat akan mudah menerima informasi yang disampaikan sehingga akan semakin besar terjadi perubahan perilaku yang semakin baik.
- d. Membentuk keyakinan kelengkapan isi serta informasi yang sangat detail didalam booklet akan membuat persepsi masyarakat terhadap kesehatan menjadi lebih positif. Masyarakat akan lebih yakin dengan promosi kesehatan yang dilakukan oleh tenaga kesehatan. Akhirnya masyarakat akan percaya bahwa perubahan perilaku yang ditawarkan oleh tenaga kesehatan tersebut sangat baik untuk masyarakat dan dibutuhkan oleh masyarakat.

- e. Promosi masyarakat ke masyarakat lainnya
Memberikan booklet kepada salah satu masyarakat akan dapat menarik perhatian masyarakat lainnya. Masyarakat yang membaca informasi didalam booklet dapat menyebarkan informasi yang didupatkannya dari booklet kepada teman atau keluarganya dengan membawa booklet yang telah dibacanya. Pada saat kebingungan tentang pesan yang ada didalam booklet, maka masyarakat bisa berkonsultasi kepada teman atau keluarga lainnya tentang pesan yang terdupat didalam booklet
 - f. Penyampaian materi dengan menggunakan buku saku atau booklet dapat diseragamkan dan menjadi lebih jelas, menyenangkan dan menarik karena desainnya yang menarik dan dicetak full colour.
 - g. Efisien dalam waktu dan tenaga.
Buku saku atau booklet yang dicetak dengan ukuran kecil dapat mempermudah audien atau masyarakat lainnya dalam membawanya dan memanfaatkan kapanpun dan dimanapun.
4. Keunggulan Buku Saku
- Media buku saku (Siregar H dan Aidha, 2020), mengatakan memiliki keunggulan antara lain :
- a. Klien dapat menyesuaikan dari belajar mandiri
 - b. Pengguna dapat melihat isinya pada saat santai
 - c. Informasi dapat dibagi dengan keluarga dan teman
 - d. Mudah dibuat, diperbanyak dan diperbaiki serta mudah disesuaikan
 - e. Mengurangi kebutuhan mencatat
 - f. Dapat dibuat secara sederhana dengan biaya relative murah
 - g. Awet
 - h. Daya tampung lebih luas
 - i. Dapat diarahkan pada segmen tertentu

5. Buku saku atau booklet sebagai media promosi kesehatan juga memiliki kelemahan dibandingkan media promosi kesehatan lainnya yaitu antara lain :
 - a. Booklet tidak bisa menyebar ke seluruh masyarakat, karena disebabkan keterbatasan penyebaran booklet
 - b. Umpan balik dari obyek kepada penyampai pesan tidak secara langsung tertunda, karena proses penyampaiannya juga tidak dilakukan secara langsung
 - c. Memerlukan banyak orang dalam penyebarannya
 - d. Tidak dapat menstimulir efek suara efek gerak dan mudah terlipat (rusak/koyak)
6. Contoh Buku Saku Promosi Kesehatan Pada Remaja
 - a. Buku Saku Kesehatan Reproduksi Remaja Putri



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Andi dkk, 2017, Pengembangan Buku Saku Sebagai Media Promosi Kesehatan Tentang Cacingan Yang Ditularkan Melalui Tanah Pada Siswa Kelas Iv SDN 01 Kromengan Kabupaten Malang : Preventia : The Indonesian Journal of Public Health
- Agustini Aat, 2019. *Promosi Kesehatan*. Yogyakarta :Cv Budi Utama
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=W3yMDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=.Agustini+.+PROMOSI+KESEHATAN&ots=n8vvyxUKd1Y&sig=w17O7xi3SVCKZKPyz3XFGEstZng&redir_esc=y#v=onepage&q=.Agustini%20.%20PROMOSI%20KESEHATAN&f=false
- Budiarsini, K., Divayana, D, G, H., & Sindu, G, Partha. (2020). Pengembangan Video Animasi 3 Dimensi Tema Diri Sendiri Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Bali Kelas I Semester Ganjil (Studi kasus di: SD Negeri 2 Tukadmungga). KARMAPATI. Ejournal Undiksha.
<https://ejournal.undiksha.ac.id>
- Dea Ayu Wulansari , dkk, 2021, Pengaruh Media Promosi Kesehatan Buku Saku Terhadap Pengetahuan Kesehatan Reproduksi Remaja Di Man 1 Kota Blitar, Jurnal Pendidikan Kesehatan, Volume 10
- Jatmika dkk, 2019, Buku Ajar Pengembangan Media Promosi Kesehatan. Yogyakarta : K-Media
- Kenre Ishak, 2022, Bahan Ajar Pendidikan dan Promosi Kesehatan, https://elearning.itkesmusidrap.ac.id/pluginfile.php/3176/mod_resource/content/1/BAHAN%20AJAR%20RANCANGAN%20PERENCANAAN%20DAN%20EVALUASI%20PROMKES.pdf
- Pramika Depi dan Merlyn Widalismana, 2018, Buku Saku Sebagai Media Pembelajaran Matematika Ekonomi Di Program Studi Pendidikan Akuntansi Fkip Universitas Pgri Palembang : Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro.
- Rista Islamarida dkk, 2023, Modul Pratikum Promosi Kesehatan Dan Pendidikan Kesehatan :
https://www.google.co.id/books/edition/Promosi_Kesehatan_Dan_Pendidikan_Kesehat/6qunEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=tujuan+Pemanfaatan+buku+saku+untuk

[+media+promosi+kesehatan&pg=PA15&printsec=frontcover](#)

- Septian Emma Dwi Jatmika, dkk. (2019). Buku Ajar Pengembangan Media. Penerbit K-Media Yogyakarta.
- Sulistyowati, Annur. (2019). Pengembangan Buku Saku Mata Pelajaran Matematika Materi Geometri Dan Aritmatika SD/MI. Jurnal Pendidikan Matematika
- Supatmi dkk, 2023, Buku Ajar Pendidikan Promosi Kesehatan, Jambi :
https://www.google.co.id/books/edition/BUKU_AJAR_PENDIDIKAN_DAN_PROMOSI_KESEHAT/pjLbEAA_AQBAJ?hl=id&gbpv=1&printsec=frontcover
- Widyawati. (2020). Buku Ajar Promosi Kesehatan untuk Mahasiswa Keperawatan. Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Binalita Sudama Medan.

BIODATA PENULIS



Marieta Kristina Sulastiawati Bai S.SiT, M. Kes. Lahir di Ende, pada 29 Maret 1975. Lulusan SPK Depkes Ende tahun 1993, Program Pendidikan Bidan St. Vint. A. Paulo Surabaya tahun 1994, bekerja sebagai Bidan PPT tahun 1994 - 1997, menyelesaikan Pendidikan D-III Kebidanan Depkes Kupang tahun 2001, DIV Bidan Pendidik di Universitas Gadjah Mada tahun 2005 dan S2 Promkes Universitas Diponegoro tahun 2011. Wanita yang kerap disapa Selvi ini, berkarir di dunia kesehatan tepatnya sebagai pengajar di Prodi D3 Keperawatan Ende, Poltekes Kupang sejak tahun 2003. Pernah menyusun Buku Panduan Praktek MIKIM, aktif sebagai peneliti dibidang kepekeran KIA, aktif dalam kegiatan Tri Darma Perguruan Tinggi dan aktif di Organisasi Ikatan Bidan Indonesia (IBI). Tahun 2015-2021 sebagai Wakil Ketua II IBI Ende, sejak 31 Oktober 2021 sebagai Ketua IBI Kabupaten Ende, dan juga sebagai anggota PERINASIA dari tahun 2006 hingga saat ini.

BAB 6

Pemanfaatan Permainan Ular Tangga untuk Media Promosi Kesehatan

Eka Wisanti, Ners., M.Kep., Sp.Kep.Kom

A. Pendahuluan

Green dan Kreuter (1999) mendefinisikan promosi kesehatan sebagai dua kombinasi dari dua level tindakan yaitu pendidikan kesehatan dan lingkungan untuk meningkatkan kesehatan (Fertman & Grim, 2022). Secara mendasar, promosi kesehatan dapat diartikan sebagai tindakan yang dilakukan oleh individu dengan menyampaikan pesan-pesan kesehatan, yang bertujuan untuk memperluas pemahaman mengenai aspek-aspek kesehatan sehingga diharapkan dapat mengubah secara positif perilaku individu tersebut. Dalam hal ini, perlunya menggunakan media-media edukasi yang menarik yang disesuaikan dengan sasaran yang akan diberikan informasi.

Media yang menarik dan interaktif banyak dikembangkan untuk memberikan promosi kesehatan pada anak usia sekolah dan remaja salah satunya menggunakan permainan. Melalui permainan anak dapat belajar berinteraksi dengan lingkungannya sehingga dapat meningkatkan perkembangan mental, fisik, sosial dan emosional (Lucas, 2017). Oleh karena itu, apabila pendidikan diberikan dengan metode bermain dapat menimbulkan ketertarikan anak sehingga anak dapat memahami isi dari pendidikan kesehatan yang disampaikan (Sutriyanto, Raksanagara & Wijaya, 2016).

B. Promosi Kesehatan

Mengacu pada kerangka kerja yang diusulkan oleh Leavell dan Clark pada tahun 1965, program promosi kesehatan memiliki potensi untuk mencegah kasus baru atau insiden

masalah kesehatan. Program promosi kesehatan dilakukan dengan menyelenggarakan kegiatan dan acara yang sebelumnya telah direncanakan, terorganisir, dan terstruktur secara berkala, dengan fokus utama membantu individu membuat keputusan yang bijak terkait kesehatan mereka. Program ini berfokus pada mempromosikan perubahan kebijakan, lingkungan, peraturan, organisasi, dan legislasi di berbagai tingkat pemerintahan dan organisasi. Tujuan promosi Kesehatan ini adalah meningkatkan kesehatan individu dan potensialnya, keseluruhan populasi di suatu area tertentu dengan menghilangkan kesenjangan kesehatan (Fertman & Allensworth, 2022).

Program promosi kesehatan didesain sebagai sarana dan prasarana untuk memberikan informasi dan edukasi dalam menyampaikan pesan dalam bidang Kesehatan (Kemenkes RI, 2014). Selain itu, program ini bekerja dengan populasi prioritas, yaitu sekelompok individu yang memiliki karakteristik umum terkait dengan masalah kesehatan yang dihadapi. Keberhasilan program ini bergantung pada pengumpulan informasi terkait masalah kesehatan, kebutuhan, dan keinginan populasi prioritas. Keterlibatan sekolah, tempat kerja, organisasi layanan kesehatan, dan komunitas tempat individu hidup dan bekerja dianggap sebagai mitra yang efektif dalam meningkatkan Kesehatan (Fertman & Allensworth, 2022). Peran promosi kesehatan dalam membentuk kebijakan kesehatan secara umum dan kesehatan masyarakat secara khusus. Namun, perdebatan yang terjadi sering kali berkisar pada isu-isu yang mungkin tampak kurang penting, seperti terminologi, penggambaran peran, dan pelatihan untuk praktisi promosi kesehatan, yang sebagian besar mencerminkan pandangan dan sikap praktisi sehari-hari (Watkins et al., 2003).

Strategi penerapan promosi Kesehatan (Stamler et al., 2020):

1. Strategi promosi kesehatan dan pencegahan penyakit utama mencakup beberapa aspek, termasuk mengidentifikasi dan memperkuat kondisi ekologi yang mendukung kesehatan, mengenali serta mengurangi risiko kesehatan yang beragam.

2. Pada tingkat pencegahan penyakit sekunder, fokusnya adalah mengatasi rendahnya faktor risiko dan meningkatkan faktor protektif melalui identifikasi, adopsi, dan penguatan perilaku yang bersifat protektif. Strategi ini juga melibatkan deteksi dini dan pengurangan masalah kesehatan yang ada.
3. Sementara itu, pada tingkat pencegahan penyakit tersier, strateginya melibatkan upaya untuk meningkatkan kualitas hidup individu yang menghadapi masalah kesehatan, mencegah perburukan, mengurangi komplikasi dari penyakit tertentu, dan mencegah terulangnya perilaku berisiko

C. Media Promosi Kesehatan

Program promosi Kesehatan dibentuk dalam rangka memberdayakan dan memandirikan Masyarakat dalam memelihara, meningkatkan dan melindungi derajat kesehatannya. Dalam mencapai upaya tersebut, diperlukan media komunikasi yang tepat agar terjamin bahwa informasi dan edukasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Adapun media yang digunakan meliputi media cetak, elektronik dan media luar ruang (Kemenkes RI, 2014). Untuk mengetahui media yang tepat bagi sasaran penerima program edukasi Kesehatan, perlu adanya penilaian kebutuhan adalah pendekatan yang digunakan dengan benar untuk mengumpulkan data guna mengidentifikasi kebutuhan sekelompok individu atau masyarakat (Fertman & Allensworth, 2022).

Pemilihan media edukasi yang tepat digunakan agar seseorang lebih fokus memahami merupakan salah satu cara terbaik adalah melalui stimulus respon (Hilman et al., 2022). Selain itu, penggunaan jenis media yang sesuai akan mempermudah pencapaian tujuan dalam pendidikan kesehatan. Media pendidikan memiliki beberapa keuntungan, seperti menarik minat sasaran, menghindari kejenuhan dan kebosanan, membantu mengatasi hambatan dalam pemahaman, memfasilitasi penyampaian informasi, dan mempermudah

penerimaan informasi bagi sasaran pembelajaran (Rahmawati & Fitriyah, 2020).

Pemberian edukasi Kesehatan dibedakan berdasarkan metoda didaktif dan metoda sokratif. Metode didaktif adalah pendekatan yang dilakukan secara satu arah, seperti ceramah, film, leaflet, buklet, dan poster. Sementara itu, metode sokratik merupakan pendekatan yang melibatkan interaksi dua arah, seperti diskusi kelompok, debat, bermain peran, sosiodrama, permainan, dan demonstrasi (Rahmawati & Fitriyah, 2020). Salah satu permainan edukatif yang dapat dijadikan media promosi kesehatan adalah permainan ular tangga.

D. Permainan Ular Tangga untuk Media Promosi Kesehatan

Permainan ular tangga merupakan salah satu media yang digunakan dalam promosi Kesehatan. Permainan Ular dan Tangga adalah bentuk permainan kolaboratif yang termasuk dalam kategori permainan tradisional. Pendekatan ini dirancang untuk menjadi aktif, kreatif, dan menyenangkan. Ular Tangga tidak hanya menjadi permainan yang memberikan rangsangan kepada beberapa indera manusia, tetapi juga melibatkan indra selain mata, yaitu telinga. Pendidikan kesehatan melalui permainan ular tangga menggunakan metode simulasi dapat memperkuat keyakinan mengembangkan sikap positif terhadap perilaku sehat. Penggunaan metode permainan simulasi, seperti permainan ular tangga, menjadi salah satu stimulus yang dapat digunakan dalam memberikan edukasi kesehatan yang menarik bagi anak sekolah. Pemilihan metode permainan ini dilatarbelakangi oleh keyakinan bahwa proses pembelajaran akan lebih aktif dan menyenangkan jika diselaraskan dengan unsur permainan (Kusumawardani et al., 2020).

Ular tangga yang dimodifikasi menjadi media permainan mempertimbangkan faktor komunikatif dan kemudahan pemahaman, dengan visualisasi yang menarik, atraktif, dan menyenangkan sebagai sarana pembelajaran. Desain ular tangga yang dimodifikasi harus dilengkapi dengan gambar-gambar yang menarik dan berwarna penuh untuk memberikan dukungan visual yang penting. Riset psikologi pendidikan

menunjukkan bahwa anak-anak lebih mampu memahami bahasa visual daripada bahasa verbal. Oleh karena itu, penggunaan media pembelajaran dengan ilustrasi full color yang komunikatif dapat meningkatkan minat siswa dalam proses belajar dan memudahkan mereka mengingat materi yang telah diajarkan (Maksum, Nurhalina, et al., 2022).

Cara bermain ular tangga modifikasi ini sama seperti permainan ular tangga tradisional dengan menggunakan papan permainan. Penyuluhan kesehatan dengan metode permainan simulasi ini terbukti sangat efektif, terutama untuk mereview materi-materi tertentu yang dianggap sulit dipahami jika disampaikan secara verbal. Sebagai permainan tradisional Indonesia yang diciptakan pada abad ke-2 SM dengan nama 'Paramapada Sopanam', ular tangga memiliki makna sebagai tangga keselamatan. Awalnya, permainan ini dikembangkan oleh umat Hindu untuk memberikan pelajaran moralitas kepada anak-anak. Dalam konsep permainan ini, ular diartikan sebagai pertanda buruk, sementara tangga mewakili nilai-nilai kebaikan. Selain fungsi edukatif, permainan ular tangga juga digunakan sebagai hiburan dan untuk membangun komunikasi interaktif antara para pemain (Nachiappan & Rahman, 2014). Permainan ini dimainkan di bidang datar segi empat dengan kotak-kotak di dalamnya, di mana pemain menggunakan bidak atau poin untuk berpindah dari daerah awal ke daerah yang ditentukan oleh dadu yang dilemparkan oleh pemain. Permainan ini dapat dimainkan oleh sejumlah pemain lebih dari 2 orang (Maksum, Nurhalina, et al., 2022).

Permainan ular tangga dianggap sebagai alat edukatif yang dapat memperkuat kemampuan anak-anak, meningkatkan fokus dan konsentrasi. Selain itu, permainan ini termasuk ke dalam kategori permainan interaktif karena membawa manfaat seperti pemahaman tentang kemenangan dan kekalahan, pengembangan keterampilan kerjasama, pembelajaran mengenai kesabaran saat menunggu giliran, stimulasi perkembangan imajinasi, pemahaman terhadap aturan permainan, dan merangsang kegiatan belajar matematika,

khususnya saat melakukan penghitungan langkah dengan mengacu pada jumlah titik pada dadu. Selain itu, permainan ini juga menjadi peluang bagi anak-anak untuk belajar menyelesaikan masalah (Siti & Lia, 2020).

Langkah-langkah dalam melakukan permainan ular tangga sebagai media edukasi Kesehatan (Hilman et al., 2022):

1. Semua peserta berkumpul dan diberikan penjelasan mengenai aturan permainan
2. Urutan pemain yang akan memasuki papan permainan ditentukan, bisa secara sukarela, melempar dadu, atau ditunjuk oleh guru/pembimbing.
3. Pemain memulai dari posisi awal (star).
4. Kemudian pemain melempar dadu yang disediakan; jika dadu menunjukkan angka 6, pemain tersebut berhak melempar dadu lagi.
5. Pemain pindah ke posisi selanjutnya dari posisi awal dengan cara engklek atau loncat sesuai dengan angka yang keluar di dadu. Disarankan untuk tidak berjalan biasa agar unsur aktivitas fisik dilibatkan.
6. Pemain membacakan informasi yang tertera di setiap kotak pada papan permainan dengan suara keras.
7. Jika pemain berhenti di tangga, dia maju ke kotak ujung tangga dan membacakan informasi yang tertera di kotak tersebut.
8. Jika pemain berhenti di ular, dia turun ke kotak ujung ular dan membacakan informasi yang tertera di kotak tersebut.
9. Permainan berakhir ketika pemain berhasil mencapai garis finish.
10. Semua pemain kembali berkumpul untuk melakukan review atau penjelasan terkait konten edukasi.

Hasil penelitian yang dilakukan (Amelia et al., 2019), menunjukkan bahwa terdapat perubahan pengetahuan pencegahan DBD dan sikap dalam strategi pencegahan DBD pada kelompok intervensi setelah diberikan perlakuan dengan menggunakan Teknik permainan ular tangga. Penelitian lainnya juga menunjukkan hasil bahwa simulasi permainan

papan ular tangga secara signifikan meningkatkan pengetahuan, sikap, serta keterampilan dalam melakukan perilaku hidup bersih dan sehat pada anak sekolah (Kusumawardani et al., 2020).

Penelitian lainnya juga mengungkapkan hal yang sama terkait efektifitas permainan ular tangga dalam peningkatan pengetahuan, dimana didapatkan peningkatan pemahaman setelah diberikan edukasi Kesehatan dengan media Ular Tangga modifikasi mengenai protokol kesehatan COVID-19 tergolong positif. Selain itu, permainan Ular Tangga modifikasi ini juga memberikan manfaat tambahan, yaitu melibatkan siswa dalam kegiatan berhitung, meningkatkan keterampilan membaca, serta membantu meningkatkan rasa disiplin dan kepatuhan terhadap aturan (Maksum, Nurharlina, et al., 2022). Peningkatan pemahaman dan perubahan sikap dapat dipicu oleh media permainan ular tangga melalui konten dan pesan yang disampaikan. Mengingat permainan ini memperoleh tingkat keberhasilan yang tinggi karena memiliki daya tarik khusus bagi siswa. Kelebihan yang dimiliki oleh permainan ular tangga melibatkan penghilangan kesan serius yang dapat menghambat proses pembelajaran. Pentingnya menjaga keseimbangan antara suasana yang menyenangkan dan ke-seriusan memungkinkan peningkatan semangat belajar, mendorong motivasi anak-anak untuk berpartisipasi aktif dalam proses belajar, dan meningkatkan tingkat konsentrasi siswa terhadap materi yang terlibat dalam permainan tersebut (Edi & Taufik, 2019).

Selain dapat meningkatkan pengetahuan, permainan simulasi seperti permainan ular tangga ini juga memiliki manfaat lainnya (Maksum, Nurhalina, et al., 2022), yaitu :

1. Mengasah keterampilan motorik
2. Meningkatkan konsentrasi
3. Meningkatkan kemampuan sosialisasi
4. Melatih dan mengembangkan keterampilan berbahasa
5. Menambah wawasan dan pemahaman
6. Mengembangkan kemampuan dalam pemecahan masalah
7. Membentuk jiwa kepemimpinan

8. Memperluas pengetahuan tentang norma dan nilai
9. Perangsang peningkatan rasa percaya diri
10. Melatih strategi dan keterampilan perencanaan

Faktor lain yang memperkuat popularitas permainan ular tangga dalam proses pembelajaran adalah interaksi aktif siswa yang kuat saat mereka terlibat dalam permainan. Kegiatan ini membuat permainan sangat disukai oleh siswa. Pada papan permainan, terdapat sejumlah kotak dengan gambar ular dan tangga. Jika pemain mendapatkan tangga, mereka naik sesuai dengan tingkat tangga tersebut, tetapi jika mendapatkan ular, mereka harus turun sesuai dengan jalur ular tersebut (Hilman et al., 2022).

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, V. L., Setiawan, A., & Sukihananto. (2019). Board game as an educational media for dengue prevention knowledge for school-aged children. *Enfermeria Global*, 18(4), 254–263. <https://doi.org/10.6018/eglobal.18.4.336611>
- Edi, E., & Taufik, M. (2019). Permainan Ular Tangga Sebagai Media Edukasi Seksualitas Remaja. *Jurnal Endurance*, 4(2), 442. <https://doi.org/10.22216/jen.v4i2.4280>
- Fertman, C. I., & Allensworth, D. D. (2022). Health Promotion Programs: From Theory to Practice, 3rd Edition. In *Jossey-Bass Public Health* (Vol. 75, Issue 9).
- Fertman, C. I., & Grim, M. L. (2022). *Health Promotion Programs From Theory to Practice* (third edit). Wiley.
- Hilman, A. F., Karjatin, A., & Lestari, F. S. (2022a). Peningkatan pengetahuan anak sekolah dasar tentang PHBS melalui media ular tangga yang dimodifikasi. 14(1), 9–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.34011/juriskesbdg.v14i1.20589>
- Kemenkes RI. (2014). *Kurikulum dan Modul Pelatihan Teknis Pengembangan Media Promosi Kesehatan*.
- Kusumawardani, L. H., Rekawati, E., Fitriyani, P., & Ni Luh, Y. S. D. P. (2020). Improving clean and healthy living behaviour through snakes and ladders board game among school children. *Sri Lanka Journal of Child Health*, 49(4), 341–346. <https://doi.org/10.4038/SLJCH.V49I4.9265>
- Maksum, E., Nurhalina, N., K. Nugrahaeni, D., Inayah, I., & Lukman, M. (2022). Permainan Ular Tangga Modifikasi Untuk Promosi Kesehatan Tentang Protokol Kesehatan Covid-19 Bagi Anak Sekolah Dasar. *Jurnal Pengabdian Kesehatan Komunitas*, 2(2), 89–102. <https://doi.org/10.25311/jpkk.vol2.iss2.1238>
- Maksum, E., Nurharlina, N., Nugrahaeni, D. K., Inayah, I., & Lukman, M. (2022). Efektivitas Promosi Kesehatan Permainan Ular Tangga Modifikasi terhadap Tingkat Pengetahuan tentang Protokol Kesehatan COVID-19. *Journal of Telenursing (JOTING)*, 4(2), 449–458. <https://doi.org/10.31539/joting.v4i2.3843>
- Rahmawati, A., & Fitriyah, S. (2020). Efektivitas Media Permainan Ular Tangga Terhadap Sikap Siswa Dalam Membuang Sampah. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 3(3), 183–186.

<https://doi.org/10.56338/mppki.v3i3.1136>

- Siti, N., & Lia, K. (2020). Pengaruh Media Permainan Ular Tangga tentang CTPS terhadap Pengetahuan dan Sikap dalam Upaya Pencegahan Diare (Studi Pada Siswa Kelas 4 SDN 003 Palaran Kota Samarinda). *Borneo Student Research*, 1(2), 1204–1209.
- Stamler, L. L., Yiu, L., Dosani, A., Etowa, J., & Cheryl Vaan Dalen-Smith. (2020). *Community Health Nursing : a Canadian Perspective* (Fifth Edit). Pearson Canada Inc.
- Watkins, D., Edwards, J., & Gastrell, P. (2003). *Community Health Nursing : Frameworks For Practice* (Second Edi). Elseviere Science.

BIODATA PENULIS



Eka Wisanti, Ners., M.Kep., Sp.Kep.Kom lahir di Pulau Godang Kari, pada 27 Januari 1989. Menyelesaikan pendidikan S1 dan Profesi Ners di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, S2 dan Spesialis Keperawatan Komunitas di Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Indonesia. Sampai saat ini penulis sebagai Dosen di Program Studi Keperawatan Universitas Hang Tuah Pekanbaru.

BAB 7

Pemanfaatan Video Animasi Untuk Media Promosi Kesehatan

Jeana Lydia Maramis, SKM,. M.Kes

A. Pendahuluan

Pendidikan saat ini berkembang seiring dengan laju berkembangnya perubahan zaman. Berbagai usaha untuk meningkatkan kualitas pendidikan semakin gencar dilakukan. Ide atau gagasan-gagasan yang baru sangat dibutuhkan dalam usaha meningkatkan kualitas pembelajaran. Salah satu usaha yang dilakukan untuk memenuhi perkembangan zaman yaitu pengoptimalkan kerja bagi semua elemen-elemen pembelajaran. Salah satu unsur terpenting dalam komponen pembelajarann yaitu seorang pendidik. Pendidik ini memiliki peran penting dalam kesuksesan kegiatan belajar mengajar. Usaha untuk membangun suasana belajar menjadi lebih optimal dan menyenangkan bagi peserta didik, diperlukan kreatifitas yang inovatif dari para pendidik itu sendiri (Mashuri & Budiyo, 2020).

Media merupakan perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Secara garis besar manusia, materi atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat peserta didik mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan ataupun sikap untuk itu pendidik, buku teks dan lingkungan pendidikan semua ini termasuk media. Jadi media merupakan perantara bisa berupa alat dan bahan, sedangkan pembelajaran yaitu sesuatu yang diajarkan bisa berupa tulisan, gerakan dan lain sebagainya. Media pembelajaran merupakan faktor penunjang dalam pendidikan guna mendapatkan hasil pendidikan yang baik, menyenangkan dan efektif. Untuk itu,

diperlukan media alternative yang dapat menarik antusiasme yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta didik, salah satunya yaitu pengembangan media pembelajaran audiovisual berbasis video animasi (Budiarsini *et al*, 2020).

B. Promosi Kesehatan

Promosi kesehatan merupakan suatu program perubahan perilaku dari masyarakat secara menyeluruh. Dalam hal ini diharapkan bukan hanya perubahan perilaku (*within people*), tetapi juga perubahan lingkungannya. Perubahan perilaku tanpa diikuti perubahan lingkungan tidak akan efektif, akibatnya perubahan perilaku tersebut tidak akan bertahan lama.

1. Tujuan:
 - a. Memampukan masyarakat untuk memelihara dan meningkatkan kesehatannya
 - b. Menciptakan suatu keadaan, yakni perilaku dan lingkungan yang kondusif bagi kesehatan.
2. Sasaran Promosi Kesehatan
 - a. Perorangan/Keluarga
 - 1) Memperoleh informasi kesehatan melalui berbagai saluran (baik langsung maupun melalui media massa).
 - 2) Mempunyai pengetahuan dan kemauan untuk memelihara, meningkatkan dan melindungi kesehatannya.
 - 3) Memperkatikan perilaku hidup bersih dan sehat (PHBS).
 - 4) Berperan serta dalam kegiatan social, khususnya yang berkaitan dengan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) kesehatan.
 - b. Masyarakat/LSM
 - 1) Menggalang potensi untuk mengembangkan gerakan/upaya kesehatan
 - 2) Bergotong royong untuk mewujudkan lingkungan sehat.

- c. Lembaga Pemerintah/Lintas Sektor/Politisi Swasta
 - 1) Peduli dalam meningkatkan upaya kesehatan, minimal dalam mengembangkan perilaku dan lingkungan sehat.
 - 2) Membuat kebijakan sosial yang memperhatikan dampak bagi tenaga kesehatan.
 - d. Petugas Program/Institusi
 - 1) Memasukkan komponen promosi kesehatan pada setiap program
 - 2) Membuat kebijakan sosial dengan memperhatikan dampak pada tenaga kesehatan.
3. Sasaran Promosi Secara Spesifik
- a. Sasaran Primer (*Primary Target*)

Masyarakat pada umumnya menjadi sasaran langsung segala upaya pendidikan atau promosi kesehatan. Upaya promosi yang dilakukan terhadap sasaran primer ini sejalan dengan pemberdayaan masyarakat (*empowerment*).
 - b. Sasaran Sekunder (*Secondary Target*)

Para tokoh masyarakat, tokoh agama, tokoh adat dan sebagainya, disebut sasaran sekunder, karena dengan mereka memberi pendidikan kesehatan kepada kelompok ini diharapkan kelompok ini selanjutnya akan memberikan pendidikan kesehatan kepada masyarakat disekitarnya. Upaya promosi kesehatan yang ditujukan kepada sasaran sekunder ini sejalan dengan strategi dukungan sosial (*social support*).
 - c. Sasaran Tersier (*Tertiary Target*)

Para pembuat keputusan atau penentu kebijakan baik ditingkat pusat, maupun daerah adalah sasaran tersier pendidikan kesehatan. Dengan kebijakan-kebijakan dan keputusan yang dikeluarkan oleh kelompok ini akan mempunyai dampak perilaku terhadap tokoh masyarakat (sasaran sekunder) dan

juga kepada masyarakat umum (sasaran primer). Upaya promosi yang dilakukan terhadap sasaran primer ini sejalan dengan strategi pemberdayaan masyarakat (*empowerment*) (Rohmah, 2023).

C. Media Pembelajaran

Media pembelajaran merupakan segala sesuatu yang dapat menyalurkan pesan, dapat merangsang pikiran, perasaan, dan kemauan peserta didik sehingga dapat mendorong terciptanya proses belajar pada diri peserta didik (Rohani, 2019). Media pembelajaran juga dapat dikatakan sebagai alat bantu pembelajaran, karena segala sesuatu yang dapat dipergunakan untuk merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan kemampuan atau ketrampilan peserta didik sehingga dapat mendorong terjadinya proses belajar. Media pembelajaran tidak terbatas pada apa yang digunakan pengajar di dalam kelas, tetapi pada prinsipnya meliputi segala sesuatu yang ada di lingkungan peserta didik dimana mereka berinteraksi dan membantu proses belajar mengajar.

Media pembelajaran merupakan unsur yang penting dalam proses pembelajaran. Media pembelajaran merupakan sumber belajar yang dapat membantu pendidik dalam memperkaya wawasan peserta didik, dengan berbagai jenis media pembelajaran oleh pendidik maka dapat menjadi bahan dalam memberikan ilmu pengetahuan kepada peserta didik. Pemakaian media pembelajaran dapat menumbuhkan minat peserta didik untuk belajar hal baru dalam materi pembelajaran yang disampaikan oleh pendidik sehingga dapat dengan mudah dipahami (Nurfadhillah, *et al.* 2021).

Berdasarkan Teori Edgar Dale yang menjelaskan bahwa penyerapan atau pemahaman materi dalam suatu proses belajar mengajar bergantung pada metode yang digunakan. Dengan cara membaca seseorang mampu mengingat 10%, dengan cara mendengar (audio) bisa mengingat 20%, dengan cara melihat (visual) bisa mengingat 30%, dengan cara mendengar (audio) dan melihat (visual) dapat mengingat 50%, dengan melakukan atau memperagakan sesuatu dapat

mengingat 70% dan berdasarkan pengalaman nyata dapat mengingat 90% (Laiskodat, 2020).

D. Manfaat Media Pembelajaran

Identifikasi manfaat media dalam proses belajar mengajar terdiri dari:

1. Penyampaian materi perkuliahan dapat diseragamkan; melalui media, penafsiran yang beragam dapat direduksi dan disampaikan kepada mahasiswa secara seragam. Setiap mahasiswa yang melihat atau mendengar uraian tentang suatu ilmu melalui media yang sama akan menerima informasi yang persis sama seperti yang terima teman-temannya.
2. Proses Belajar dan mengajar menjadi lebih menarik karena penggunaan media dapat membangkitkan keingintahuan mahasiswa, merangsang mereka untuk berinteraksi yang menyentuh objek kajian pelajaran, membantu mahasiswa mngkonkretkan sesuatu yang abstrak. Secara ringkas, media dapat membantu dosen menghidupkan suasana kelas, tidak monoton dan membosankan.
3. Proses belajar mahasiswa menjadi lebih interaktif, jika dirancang dan dipilih dengan benar medianya. Media dapat membantu dosen dan mahasiswa melakukan komunikasi dua arah secara aktif.
4. Jumlah waktu belajar mengajar dapat dikurang. Seringkali para dosen terpaksa menghabiskan waktu cukup banyak untuk menjelaskan pokok pelajaran.
5. Proses belajar dapat terjadi dimana saja dan kapan saja. Media pembelajaran yang dirancang sedemikian rupa sehingga menarik, maka mahasiswa dapat belajar dimana saja dan kapan saja.
6. Proses belajar dapat terjadi dimana saja dan kapan saja. Media pembelajaran yang dirancang sedemikian rupa sehingga menarik, maka mahasiswa dapat belajar dimana saja dan kapan saja.
7. Sikap positif mahasiswa terhadap bahan belajar maupun terhadaap proses belajar itu sendiri dapat ditingkatkan.

Dengan menggunakan media, proses belajar-mengajar menjadi lebih menarik dan dapat meningkatkan kecintaan dan apresiasi mahasiswa terhadap ilmu pengetahuan dan proses pencarian ilmu itu sendiri.

8. Peran dosen dapat berubah ke arah yang lebih positif dan produktif, dimana dosen tidak perlu mengulang-ulang penjelasan mereka bila menggunakan media dalam proses belajar-mengajar, juga dapat mengurangi uraian verbal (lisan). Dosen dapat memberikan perhatian lebih banyak kepada aspek-aspek lain dan peran dosen tidak lagi menjadi sekedar “pengajar”, tetapi juga sebagai konsultan, penasihat, atau manajer dalam proses belajar-mengajar (Istiqlal, 2018).

E. Jenis Media Pembelajaran

Media belajar dibagi menjadi 3, yaitu:

1. Media visual

Media Visual merupakan suatu alat atau sumber belajar yang di dalamnya berisikan pesan, informasi khususnya materi pelajaran yang disajikan secara menarik dan kreatif serta diterapkan dengan menggunakan indera pengelihatan. Jadi media visual ini tidak dapat digunakan untuk umum, lebih tepatnya media ini tidak dapat digunakan oleh para tunanetra.

Kelebihan:

- a. Dapat dianalisis lebih mudah, selain itu media visual juga dapat mempermudah peserta didik dalam memahami materi dan juga membuat peserta didik untuk berfikir lebih kritis, dan juga materi yang disajikan dengan menggunakan media visual akan lebih mudah diingat oleh peserta didik.
- b. Dapat mengatasi keterbatasan pengetahuan yang di miliki oleh peserta didik.
- c. Dapat membangkitkan keinginan dan minat baru untuk belajar.
- d. Meningkatkan daya tarik peserta didik terhadap materi yang di sajikan dengan menggunakan media visual.

- e. Mudah untuk diaplikasikan.
- f. Tahan lama sehingga peserta didik dapat membaca atau melihatnya berkali-kali.

Kekurangan:

- a. Kurang praktis dalam penggunaannya.
- b. Hanya berupa gambar dan tulisan saja sehingga media ini tidak dapat diterapkan untuk peserta didik yang berkebutuhan khusus, salah satunya adalah tunanetra. Media ini tidak dilengkapi dengan suara jadi kurang menarik.

2. Media Audio

Media audio berhubungan dengan indera pendengaran. Pesan yang disampaikan disajikan kedalam rauditif, baik verbal maupun non verbal.

Kelebihan:

- a. Biaya yang harus dikeluarkan hanya sedikit (harganya murah)
- b. Media mudah dibawa dan dipindahkan, sehingga mudah dalam penggunaannya.
- c. Materi dapat diputar kemabali
- d. Dapat merangsang keaktifan peserta didik, dan juga dapat mengembangkan daya imajinasi, seperti menuli, menggambar dan sebagainya.

Kekurangan:

- a. Media ini bersifat abstrak karena hanya berupa suara saja sehingga pada hal-hal tertentu juga memerlukan bantuan visual
- b. Karena media audio ini bersifat abstrak, maka pemahaman pengertiannya hanya bisa dikontrol melalui kata-kata atau Bahasa, serta susuna kalimat.
- c. Media ini akan berhasil jika diterapkan bagi mereka yang sudah mempunyai kemampuan dalam berfikir abstrak.
- d. Media ini tidak dapat diterapkan oleh peserta didik yang berkebutuhan khusus lebuah tepatnya bagi mereka yang tidak bisa mendengar (tuna rungu).

3. Media audio visual

Media audio visual merupakan jenis media pembelajaran atau sumber belajar yang berisikan pesan atau materi pelajaran yang dibuat secara menarik dan kreatif dengan menggunakan indra pendengaran dan penglihatan, jadi media ini berupa suara dan gambar.

Kelebihan:

- a. Pemakaian tidak terikat waktu
- b. Sangat praktis dan menarik
- c. Harganya relative tidak mahal, karena bisa digunakan berkali-kali
- d. Menghemat waktu dan video atau film dapat diputar kembali

Kekurangan:

- a. Jika memutar film terlalu cepat, siswa tidak dapat mengikuti
- b. Untuk media film bingkai suara, harus memerlukan ruangang yang gelap
- c. Untuk media televise, tidak bisa dibawa kemana-mana karena cenderung ditempat tertentu.
- d. Membutuhkan keahlian dan ketrampilan khusus dalam menyajikan atau membuat media belajar audio visual, karena media ini berupa suara dan gambar-gambar, baik gambar bergerak maupun diam (Susanti, 2018).

F. Video Animasi

Animasi merupakan gambar bergerak yang berasal dari kumpulan berbagai objek yang disusun secara khusus sehingga bergerak sesuai alur yang ditentukan pada setiap hitungan waktu. Objek yang dimaksud adalah gambar manusia, tulisan teks, gambar hewan, gambar tumbuhan, gedung, dan lain sebagainya (Limbong *et al*, 2020).

Video animasi merupakan media audio visual berupa rangkaian gambar tak hidup yang berurutan pada *frame* dan diproyeksikan secara mekanis elektronik sehingga tampak hidup pada layer. Video animasi disajikan dengan bentuk cerita yang menarik serta warna-warna yang disukai oleh

siswa Sekolah Dasar (Julian, 2021). Video animasi merupakan salah satu bentuk visual bergerak yang dapat dimanfaatkan untuk menjelaskan materi pembelajaran yang sulit disampaikan secara konvensional. Dengan diintegrasikan ke media lain seperti video, presentasi, atau sebagai bahan ajar.

1. Jenis video animasi

Video animasi terdiri dari tiga jenis, yaitu

a. Stop Motion

Jenis animasi ini sering menggunakan *clay* (tanah liat) sebagai objek yang digerakan.

b. Dua Dimensi

Video animasi dua dimensi adalah animasi yang memiliki dimensi panjang (X) dan lebar (Y). Animasi yang paling akrab dengan keseharian kita. Biasa juga disebut dengan animasi kartun.

c. Tiga Dimensi

Video animasi tiga Dimensi dapat didefinisikan sebagai animasi yang dapat dilihat dari berbagai sudut pandang (*point of view*), dengan memiliki panjang (X), lebar (Y) dan memiliki dimensi kedalaman atau volume (Z) (Badaruddin *et al*, 2021).

2. Kebutuhan untuk pembuatan video animasi:

a. Tema dan konsep

Penentuan tema dan penyusunan konsep secara keseluruhan sangat penting dilakukan sebagai instruksi atau patokan dalam pembuatan video. Setelah penentuan tema, tujuan dan sasaran dari video adalah hal berikutnya yang harus ditentukan sehingga konsep dapat disesuaikan dengan sasaran. Sebagai contoh: pada sasaran anak-anak maka animasi yang digunakan dapat lebih berwarna-warni agar menarik perhatian. Durasi juga merupakan hal yang penting untuk ditentukan dan dibatasi, karena durasi video yang terlalu cepat atau panjang dapat memengaruhi kondisi dan kemampuan sasaran dalam menyerap informasi dari video tersebut.

- b. *Script* atau naskah
Penyusunan naskah dimulai dari penentuan isi video, yaitu informasi-informasi apa saja yang ingin kita sampaikan dalam video berdasarkan tema dan konsep yang telah kita tentukan sebelumnya. Informasi tersebut kemudian disusun membentuk suatu alur sehingga berurut dan jelas dalam penyampaiannya. Narasi untuk *voiceover* atau *dubbing* juga dibuat menyesuaikan dengan durasi yang telah ditentukan. Sketsa atau gambaran kasar dari setiap *scene* bisa disusun juga untuk memudahkan proses editing video.
 - c. Music dan *sound effect*
Kedua komponen ini berfungsi untuk menghidupkan suasana dan gerakan gambar yang ada didalamnya. Selain itu musik juga mendukung agar sasaran tetap tertarik dengan isi video dan menaikkan suasana hati sehingga sasaran tidak bosan saat menonton video. *Sound effect* juga dapat berfungsi untuk menyorot bagian penting atau informasi yang pembuat video ingin sasaran perhatikan lebih.
 - d. Gambar atau video yang mendukung
Gambar atau video yang dimaksud adalah gambar dan video non animasi tambahan mendukung penyampaian informasi, misalnya: video cuci tangan dengan baik dan benar secara langsung menggunakan kamera, gambar atau foto-foto hasil kegiatan, dan lain-lain (Aryani & Dewi, 2021).
3. Kelebihan video animasi
Kelebihan video animasi, antara lain:
 - a. Mampu menampilkan objek berukuran besar yang tidak memungkinkan untuk dipresentasikan secara langsung di dalam ruang kelas, begitupun sebaliknya.
 - b. Mengakomodasi pengajar untuk menyampaikan informasi tentang suatu proses yang cukup kompleks.

- c. Memiliki lebih dari satu media yang konvergen, contohnya penggabungan antara unsur audio serta visual.
 - d. Menarik minat peserta didik sehingga akan meningkatkan motivasi belajar.
 - e. Bersifat interaktif, dalam artian mempunyai kemampuan untuk mengkomodasi tanggapan pengguna
 - f. Independen, dalam arti memberikan seluruh konten sedemikian rupa, dengan begitu pengguna dapat menggunakannya secara individual (Annisa, 2022).
4. Kekurangan video animasi
- Kekurangan video animasi diantaranya yaitu:
- a. Media video animasi memerlukan waktu yang cukup lama untuk pembuatannya
 - b. Membutuhkan perangkat lunak tertentu untuk menggunakannya
 - c. Keterampilan serta kreativitas yang memadai diperlukan agar desain animasi bisa digunakan dengan efektif sebagai alat bantu belajar.
 - d. Memerlukan software untuk membuat videonya agar hasilnya bagus
 - e. Media video animasi membutuhkan bantuan media lainnya untuk menambah hasil yang bagus agar motivasi belajar meningkat (Fitrianisah, 2022).

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, K, D. (2022). Media Pembelajaran Video Animasi. <http://repository.iainkudus.ac.id/8864/5/5.%20BAB%20I.pdf>
- Aryani, P., & Dewi, S, I, A, A. (2021). *Seni Dan Strategi Merancang Media Promosi Kesehatan Online*. Panduh Utama Waras
- Badaruddin, M., Karim, J., Maliki, O., & Nur Oktavin, I. (2021). Belajar Animasi Menggunakan Adobe Flash CS3. Yayasan Kita Menulis.
- Budiarsini, K., Divayana, D, G, H., & Sindu, G, Partha. (2020). Pengembangan Video Animasi 3 Dimensi Tema Diri Sendiri Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Bali Kelas I Semester Ganjil (Studi kasus di: SD Negeri 2 Tukadmungga). KARMAPATI. Ejournal Undiksha. <https://ejournal.undiksha.ac.id>
- Fitrianisah, F. (2022). Kajian Untuk Masalah I Konsep Media Video Animasi Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa SD. <http://repository.unpas.ac.id/55361/7/14.%20BAB%20II-dikonversi.pdf>
- Hasan, M. (2021). Media Pembelajaran. Universitas Negeri Makasar. <https://eprints.unm.ac.id>
- Istiqlal, A. (2018). Manfaat Media Pembelajaran Dalam Proses Belajar Dan Mengajar Mahasiswa Di Perguruan Tinggi. Jurnal Kepemimpinan Dan Perguruan Sekolah. Vol.3 No. 2 Tahun 2018. <https://ejournal.stkip-pessel.ac.id/index.php/kp>
- Julian. (2021). Pengembangan Media Pembelajaran Musik Berbasis Digital untuk Sekolah Dasar. Sumedang: CV. Caraka Khatulistiwa.
- Laiskodat, S. (2020). Efektivitas Penyuluhan Dengan Video Powerpoint Dan Video Rekaman Terhadap Tingkat Pengetahuan Tentang Cara Menyikat Gigi. Karya Tulis Ilmiah. Poltekkes Kemenkes Kupang. <https://repositori.poltekkeskupang.ac.id>

- Limbong, T., Napitupulu, E., & Sriadhi. (2020). *Multimedia: Editing Video Dengan Corel Video Studio X10*, Yayasan Kita Menulis
- Mashuri, D, K., & Budiyo. (2020). Pengembangan Media Pembelajaran Video Animasi Materi Volume Bangun Ruang untuk SD Kelas V. e-journal Unesa. <https://ejournal.unesa.ac.id>
- Nurfadhillah, S., Ningsih, D, A., Ramadhania, P, R., & Sifa, U, N. (2021). Peranan Media Pembelajaran Dalam Meningkatkan Minat Belajar Siswa SD Negeri Kohod III. Universitas Muhammadiyah Tangerang. <https://ejournal.stitpn.ac.id>
- Rohani, S, A. (2019). Media Pembelajaran. repository.uinsu.ac.id/8503/1/Diklat%20Media%20Pembelajaran%20RH%202019.pdf
- Rohmah, E. (2023). *Buku Ajar Promosi Kesehatan Untuk Mahasiswa Kesehatan*. Rena Cipta Mandiri. Malang.
- Susanti, S. (2018). *Jenis Media Dalam Pembelajaran*. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. <https://eprints.umsida.ac.id>

BIODATA PENULIS



Jeana Lydia Maramis, SKM., M.Kes lahir di Langowan, pada tanggal 16 Juli 1969. Menyelesaikan pendidikan S1 di Fakultas Kedokteran Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat Universitas Sam Ratulangi dan S2 di Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat Universitas Sam Ratulangi Manado. Sampai saat ini penulis sebagai Dosen di Jurusan Kesehatan Gigi Poltekkes Kemenkes Manado.

BAB 8

Vlog Sebagai Media Promosi Kesehatan

* Dr. Grace K.L. Langi, S.Pd.,SST.,MPHM*

A. Pendahuluan

Promosi kesehatan adalah suatu proses untuk memandirikan, memampukan, dan memperdayakan masyarakat agar mampu meningkatkan tingkat kesehatannya, baik itu kesehatan pribadi maupun kesehatan di lingkungan. Pelaksanaan dari promosi kesehatan memiliki peran penting dalam upaya peningkatan pengetahuan dan kesadaran masyarakat berupa pendekatan perilaku gaya hidup yang terwujud dalam bentuk perubahan dari pengetahuan, sikap, dan tindakan masyarakat dalam menyikapi suatu permasalahan kesehatan. Namun, pada kenyataannya masih banyak masyarakat yang mengabaikan hal tersebut dengan alasan seperti banyaknya aktifitas dan hal penting lainnya yang perlu dilakukan selain menjaga kesehatan.

Media promosi kesehatan merupakan suatu sarana dan upaya untuk menampilkan informasi atau pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator dengan sasaran berupa peningkatan pengetahuan untuk mengubah perilaku kesehatan yang lebih baik. Media yang biasa digunakan dalam promosi kesehatan dapat berupa media visual, audio, maupun audio visual.

Salah satu bentuk media promosi kesehatan yang dapat digunakan adalah media elektronik berupa video. yang merupakan kombinasi antara audio, visual dan animasi yang memiliki pesan tertentu dan diharapkan menjadi sebuah daya tarik tersendiri atau bisa bersifat persuasif bagi responden. Video mampu menampilkan gambar bergerak dan efek suara

bersamaan, sehingga terasa lebih hidup, realistis dan merangsang panca indera seseorang. Kelebihan dari media promosi kesehatan berupa video adalah (1) Sudah dikenal masyarakat; (2) Mengikutsertakan semua panca indra; (3) Lebih mudah dipahami; (4) Lebih menarik karena ada suara dan gambar bergerak; (5) Bertatap muka; (6) Penyajian dapat dikendalikan; (7) Jangkauan relatif lebih besar; (8) Sebagai alat diskusi dan dapat diulang-ulang (Eny, 2010). Proses penyaluran informasi tentang yoga dan manfaatnya terhadap kesehatan sistem reproduksi wanita usia subur melalui media video ini akan meningkatkan pengetahuan yang akan mempengaruhi sikap seseorang. Sikap yang positif menyebabkan wanita berperilaku sesuai dengan pengetahuan yang dimilikinya (Laras, 2009).

B. Vlog

1. Pengertian

Blog video (bahasa Inggris: video-Blogging, atau bisa disingkat "vlog" atau vlogging (diucapkan "vlogging", bukan "v-logging"), atau vidblogging, merupakan suatu bentuk kegiatan blogging dengan menggunakan medium video di atas penggunaan teks atau audio sebagai sumber media perangkat seperti ponsel berkamera, kamera digital yang bisa merekam video, atau kamera murah yang dilengkapi dengan mikrofon merupakan modal yang mudah untuk melakukan aktivitas blog video.

Blog video masih dapat disebut sebagai bentuk lain dari televisi internet. blog video biasanya ada juga yang dilengkapi dengan keterangan teks atau gambar foto, serta untuk beberapa blog video, menyantumkan metadata lainnya. Blog video sendiri dapat dibuat dalam bentuk rekaman satu gambar atau rekaman yang dipotong ke beberapa bagian. Dengan perangkat lunak yang tersedia, seseorang dapat menyunting video yang mereka buat dan memadukannya dengan audio, serta menggabungkan beberapa rekaman ke dalam satu gambar, sehingga menjadi suatu rekaman blog video yang padu.

Video blog atau disebut juga vlog adalah blog yang dibuat dengan video sebagai media utamanya dibandingkan dengan blog berbasis teks yang pertama kali muncul pada awal tahun 2000-an. Video menyampaikan lebih banyak informasi daripada teks. Oleh karena itu, blog video dapat menarik lebih banyak penayangan dan memiliki potensi lebih besar untuk menjadi viral.

2. Jenis-Jenis Vlog

Jenis-jenis vlog sebenarnya terlampaui cukup banyak jika dilihat berdasarkan topik yang dipilih oleh pembuatnya (vlogger). Namun umumnya jenis vlog tersebut dapat dikelompokkan ke dalam tiga poin utama. Sebagaimana dikutip oleh samsung.com/id diantaranya adalah:

a. Talking Head

Talking Head adalah jenis vlog yang umumnya berisi satu atau beberapa orang berbicara di depan kamera menampilkan sebagian tubuh seperti kepala (wajah) dan setengah badan. Jenis video ini umumnya berisi konten opini atau pendapat dari konten kreatornya (vlogger). Jenis vlog ini sangat mudah dibuat karena vlogger hanya memerlukan kamera atau smartphone mumpuni dan tripod. Selanjutnya tinggal duduk di kursi atau berdiri dan mulai merekam vlog yang akan dibuatnya.

b. How-To Vlog

How-To adalah jenis vlog yang umumnya digunakan oleh vlogger reviewer maupun vlogger yang membagikan panduan berupa tutorial atau tips dan trik serta bersifat edukatif. Jenis vlog yang satu ini dapat dibuat menggunakan kamera bahkan tanpa kamera sekalipun. Salah satu contoh vlog How-To yang tidak membutuhkan kamera misalnya pada vlog tutorial blogging. Vlog di atas dapat dibuat tanpa membutuhkan kamera dikarenakan materi vlog yang dibuat cukup sederhana karena berupa panduan digital yang bisa direkam melalui sebuah

aplikasi di perangkat komputer. Sementara vlog How-To yang me-review sesuatu atau membagikan tips dan trik biasanya akan membutuhkan kamera untuk merekam konten yang akan dijadikan vlog. 36 Jenis vlog ini sedikit lebih sulit, karena seorang vlogger harus memiliki kemampuan tata ruang yang bagus, mengetahui teknik pencahayaan dan teknik pengambilan gambar, termasuk membutuhkan script sebagai panduan dasar dalam mengambil dan mengolah vlog HowTo yang akan dibuatnya.

c. Reality

Jenis vlog reality umumnya adalah jenis vlog yang cukup panjang. Jenis vlog seperti ini biasanya membagikan aktivitas keseharian seperti diary online namun dalam bentuk vlog seperti daily vlog dan video jalanjalan (traveling).

3. Manfaat Vlog

Manfaat vlog tidak hanya diperoleh satu pihak, sebab baik konten kreatornya (vlogger) maupun penonton keduanya mendapatkan manfaat yang dibutuhkan. Manfaat vlog tersebut diantaranya:

a. Mendapatkan Informasi serta Pengetahuan Baru

Bagi seorang penonton vlog (video blog) mendapatkan informasi serta pengetahuan baru bisa saja diperolehnya apabila ia banyak menyaksikan konten vlog yang bersifat edukasi seperti pada jenis vlog How-To. Tidak hanya penonton, seorang vlogger pun bisa mendapatkan pengetahuan baru dengan membuat vlog, sebab selain materi vlog yang disiapkannya harus dipelajarinya dari berbagai sumber.

Vlogger juga akan mendapatkan sanggahan dari penontonya sehingga terjadilah diskusi online maupun jejak pendapat.

b. Terhibur dan Bahagia

Membuat vlog (video blog) dan dibagikan kepada penonton akan memberikan rasa bahagia kepada seorang vlogger. Sebab dirinya akan menjadi

bangga telah mampu membuat karyanya dinonton oleh banyak orang di internet. Selain itu bila video blog yang dibuat ternyata berisi konten humoris maka akan memberikan sensasi hiburan juga kepada penonton vlog nya.

c. Mendapatkan Penghasilan atau Uang

Satu hal yang mungkin tidak pernah lepas dari diri manusia adalah uang. Hal ini pun bisa menjadi salah satu tujuan vlog dimanfaatkan oleh vlogger untuk mengumpulkan pundi-pundi rupiah melalui internet. Caranya baik dengan memonetisasi konten vlog melalui layanan Google AdSense atau melalui metode endorse mengiklankan produk advertiser pada vlog yang dibuat. Mendapatkan penghasilan dari memanfaatkan vlog bukan lagi hal yang baru, hal ini telah dibuktikan oleh banyak konten kreator pembuat video blog Indonesia. Seperti Mael Lee Bukan Kaleng-kaleng yang sukses melalui video blognya di Instagram dan mendapatkan banyak tawaran endorse dari pihak advertiser (sponsor).

d. Menjadi Terkenal

Vlog bisa saja membuat seseorang menjadi terkenal hanya jika vlog yang dibuat oleh seorang konten kreator (vlogger) memiliki jumlah penonton yang banyak atau menjadi viral. Bahkan vlogger yang berhasil viral dengan vlog-vlog yang dibuatnya tidak jarang menjadi perhatian banyak liputan media, termasuk diundang pada acara televisi.

4. Cara memulai

Cara memulai blog video adalah sebagai berikut

a. Pilih subjek yang menarik

Blog video yang efektif adalah blog yang berfokus pada niche tertentu. Blog video ada di setiap topik seperti memasak, review produk, musik, review buku dan game, dan masih banyak lagi.

Konsistensi dalam subjek Anda sepanjang episode sangat penting untuk menarik penonton ke blog video Anda. Selain itu, memilih subjek yang

Anda minati juga akan memunculkan sisi terbaik Anda sebagai pencipta. Membuat film tentang niche pilihan Anda membantu mengembangkan ide konten baru dengan lebih mudah dan mempertahankan basis pengikut, pemirsa, dan pelanggan setia.

b. Dapatkan peralatan yang tepat

Video blogging dapat membawa lebih banyak informasi dibandingkan blog teks, namun hal ini harus mengorbankan lebih banyak usaha dan investasi pada peralatan. Memproduksi konten berkualitas tinggi biasanya memerlukan perangkat keras dan perangkat lunak berkualitas tinggi, seperti mikrofon dan kamera kelas atas serta aplikasi pengeditan video. Baik Anda seorang pemula atau pembuat konten yang lebih berpengalaman, ada banyak perangkat lunak pengeditan video profesional yang menyediakan fitur standar industri untuk membantu Anda membuat video yang menakjubkan.

Namun, dengan semakin berkembangnya pasar blog video, pembuat konten tidak perlu lagi bergantung pada perangkat keras yang besar karena ada banyak alternatif yang lebih baik. Salah satu contohnya adalah Podcastle, alat perangkat lunak berkinerja tinggi untuk merekam dan mengedit file audio.

Berkat fitur video baru Podcastle, tidak diperlukan mikrofon atau peralatan pengeditan profesional untuk produksi video dan audio berkualitas tinggi. Fitur wawancara baru tidak hanya menawarkan audio terdepan di industri, tetapi juga memungkinkan untuk menjalin hubungan yang lebih dalam melalui video dan mengintegrasikan keduanya dengan lancar dalam pasca produksi.

Perekam dan editor internal memberikan alternatif yang layak untuk berinvestasi pada perangkat keras yang mahal. Fitur yang mungkin paling berguna bagi pembuat konten adalah

peredam kebisingan latar belakang, yang secara signifikan meningkatkan kualitas blog video dan dapat membantu membawa konten ke level berikutnya.

c. Pilih platform distribusi

Penting untuk memilih platform seperti tempat sebagai langkah awal dalam menulis blog video, kemudian berupaya mendiversifikasi dan menyebarkan konten ke platform lain juga. Ada banyak pilihan, seperti YouTube, Vimeo, Twitch atau bahkan Instagram.

Misalnya, mengunggah episode blog video ke YouTube, sambil memposting sorotan singkat di Reel Instagram. YouTube sejauh ini merupakan pilihan paling umum bagi blogger video karena seberapa besar dan dapat diandalkan YouTube sebagai platform bagi pembuat konten dan pemirsanya. YouTube memiliki 2 miliar pengguna bulanan, dan faktanya merupakan mesin pencari terbesar kedua setelah Google.

Siapa pun dapat mengunggah konten, yang mereka perlukan hanyalah akun gratis untuk melakukannya. Selain itu, konten YouTube dapat dengan mudah dimonetisasi karena ukuran platformnya.

d. Tentukan durasi

Tidak ada batasan durasi video yang ideal untuk blog video, karena ini sangat bergantung pada jenis konten. Namun, mempertahankan pemirsa sangatlah penting dan video yang terlalu panjang cenderung tidak berhasil. Misalnya, durasi optimal untuk video YouTube adalah antara 7 dan 15 menit. Terlepas dari itu, kualitas konten dan apa yang disampaikan kepada pemirsa jauh lebih penting, jadi jangan batasi durasi video jika ingin menyampaikan lebih banyak.

- e. Cari tahu seberapa sering Anda akan memposting
Prioritaskan frekuensi pengunggahan daripada pembuatan blog video yang memerlukan berjam-jam pengeditan dan pekerjaan pasca produksi. Ini bisa berkisar dari unggahan harian hingga mingguan tergantung pada konten. Upload yang sering membantu menjaga hal-hal tetap nyata dan pribadi bagi pemirsa, dan frekuensi membantu mempertahankan pemirsa serta menarik pemirsa baru juga.
5. Membuat vlog menjadi sukses
Cara membuat blog video menjadi sukses adalah sebagai berikut:
 - a. Keaslian
Video blogger yang efektif adalah seseorang yang terlibat dengan pemirsanya secara pribadi. Jangan takut untuk terbuka kepada audiens Anda, berbagi cerita pribadi, dan hindari penggunaan naskah jika memungkinkan. Ini sangat dihargai di kalangan pemirsa. Penting untuk bersikap autentik dan menonjolkan kepribadian Anda di blog video Anda untuk membangun hubungan yang tulus dengan pemirsa dan pengikut Anda.
 - b. Kembangkan Pemirsa
Setelah mengetahui semua komponen penting dari video blogging, dan blog video sudah aktif dan berjalan. Langkah selanjutnya adalah belajar mempromosikan blog video dan terus meningkatkan audiens dan merek.
 - c. Mempromosikan Blog Video Anda
Meskipun platform berbagi video seperti YouTube mungkin menjadi tempat menghosting blog video, mempromosikan konten akan melibatkan penggunaan saluran media sosial lainnya. Berbagi konten di platform sosial seperti Facebook, Instagram, Pinterest, dan Twitter penting untuk mengembangkan basis pemirsa. Dengan tetap aktif

di beberapa platform, maka dapat menarik lebih banyak pemirsa dan pengikut aktif.

Klip video juga merupakan cara yang berguna untuk mempromosikan konten. Klip tersebut bertindak sebagai sorotan singkat dari blog video yang dapat menarik pemirsa baru dari platform lain. Hampir semua platform sekarang mempromosikan klip ini, dengan platform seperti Instagram Reels, YouTube Shorts, dan Twitch Clips sebagai contohnya.

Rentang perhatian pemirsa terus menurun dan klip pendek adalah kunci untuk tidak hanya menarik perhatian, namun juga mengarahkan pengguna ke blog video dan mempertahankan jumlah penonton.

d. Memonetisasi Blog Video

Sekarang, lebih dari sebelumnya, blogger video memiliki banyak sekali alat yang tersedia untuk menghasilkan uang dari konten. Ini termasuk iklan, tip, dan langganan di platform seperti Patreon, Twitch, atau YouTube. Misalnya, YouTube memiliki program mitra yang tersedia bagi pembuat konten yang memiliki lebih dari 1.000 pelanggan dan lebih dari 4.000 jam waktu tonton publik untuk membantu mereka memonetisasi kontennya.

C. Peran Vlog sebagai Media Promosi Kesehatan

Media video blog dinilai efektif karena dapat menyebabkan pengajaran yang lebih menarik perhatian, dengan adanya gambar vital lebih mudah untuk dipahami, sehingga hal tersebut dapat menumbuhkan pemahaman dan merangsang siswa siswi untuk mengambil pesan-pesan yang diterima. Era digital dapat membawa berbagai dampak positif yang bisa digunakan sebaik-baiknya namun era digital juga memiliki dampak negatif. Sehingga peneliti berpendapat bahwa media audiovisual efektif meningkatkan pengetahuan dengan memanfaatkan era digital yang berdampak positif.

DAFTAR PUSTAKA

[https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2345/8/UNIKOM_AND
RE%20TRI%20UTOMO_BAB%20II.pdf](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2345/8/UNIKOM_AND_RE%20TRI%20UTOMO_BAB%20II.pdf)

<https://podcastle.ai/blog/what-is-a-video-blog/>

BIODATA PENULIS



Dr. Grace K.L. Langi, S.Pd., SST., MPH.M, Lahir di Manado Provinsi Sulawesi Utara, pada tanggal 2 Maret 1969. Menyelesaikan Pendidikan Akademi Gizi Manado Depkes, tahun 1991, lulus Sarjana Pendidikan UNIMA 2000, dan Pendidikan Diploma IV Minat Gizi Masyarakat di UNIBRAW Malang Tahun 2004. Kemudian melanjutkan studi pada Pascasarjana Master of Primary Health Care of Managemen AIHD Universitas Mahidol Thailand tahun 2007 dan lulus tahun 2008. Selanjutnya menempuh studi S3 Program Studi Kajian Budaya di Universitas Udayana Bali. Pengalaman kerja sebagai staf gizi di RSUD Liun Kendage Tahuna, Kanwil Depkes RI Prov. Sulut, dan terakhir sebagai dosen di Jurusan Gizi pada Politeknik Kesehatan Kemenkes Manado sampai sekarang, serta mengajar pada beberapa mata kuliah antara lain ; Ilmu Gizi, Sosiologi Antropologi Gizi, Manajemen Dasar, Ilmu Budaya Dasar, dll.

BAB 9

Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Untuk Sarana Promosi Kesehatan

Dr. Novi Berliana, SKM, M.P.H

A. Pendahuluan

Selama dekade terakhir, media sosial telah banyak mengubah bidang komunikasi antarpribadi, dengan 60% populasi dunia menggunakan media sosial, dan Amerika Serikat (AS) menjadi pengguna platform media sosial terbesar ketiga setelah India dan Tiongkok. dengan 90% orang Amerika menggunakan media sosial (*Social Media Usage in the United States – Statistics & Facts.*, n.d.) Daya tarik media sosial sebagian dapat dikaitkan dengan aksesibilitas pembuatan dan distribusi pesan publik dengan biaya minimal (Hruska & Maresova, 2020). Media sosial memungkinkan anggota jaringan virtual dengan cepat mengolah dan bertukar informasi dan ide dalam bentuk video, gambar, teks, dan multimedia. (Korda & Itani, 2013)

Media sosial mempunyai dampak yang cukup besar bagi masyarakat Indonesia, khususnya mereka yang berbisnis dengan menggunakan media sosial untuk menjangkau mereka yang berada jauh dari lokasi tempat usaha menjual produk atau jasanya. Apalagi dengan maraknya media sosial seperti TikTok semakin memudahkan para pelaku usaha untuk bisa menawarkan jasa dan produknya ke berbagai daerah. (Meylinda et al., 2023). Di antara aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan di dunia selama tahun 2022 menghabiskan rata-rata hampir 23½ jam per bulan menggunakan aplikasi TikTok sedikit lebih tinggi dibandingkan YouTube yang menghabiskan 23 jam 09 menit per bulan (Simon Kemp, 2023)

B. Pemanfaatan Media Sosial

1. Pengertian

Pemanfaatan adalah aktivitas menggunakan proses dan sumber-sumber belajar. Kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Kemanfaatan merupakan penentu yang kuat terhadap penerimaan penggunaan suatu sistem informasi, adopsi, dan perilaku bagi pengguna. (Jenny L. Davis, 2016)

Menurut Dennis McQuail dan Sven Windahl (1992) yang mengatakan bahwa manfaat merupakan harapan, sama artinya dengan explore (penghadapan semata-mata menunjukkan suatu kegiatan menerima). (Hilberath, 2016)

Media asal dari bahasa latin "medius" arti : tengah, perantara, atau pengantar. Media perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan. Media/alat peraga dalam promosi kesehatan adalah alat bantu promosi kesehatan. Semua sarana atau upaya untuk menampilkan pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator media promosi kesehatan alat-alat merupakan saluran untuk menyampaikan informasi, mempermudah penerimaan pesan-pesan kesehatan bagi masyarakat atau pelayan. Media atau alat peraga dalam promosi kesehatan adalah alat bantu untuk promosi kesehatan yang dapat dilihat, didengar, diraba, dirasa atau dicium, untuk memperlancar komunikasi dan penyebarluasan informasi melalui sebuah pesan.

2. Langkah Penetapan Media

Langkah penetapan media mengikuti langkah promosi kesehatan yaitu terdiri dari 6 (enam) langkah sebagai berikut:

- a. Identifikasi masalah kesehatan dan pertimbangan tentang tujuan dalam perencanaan promosi kesehatan
- b. Penetapan perilaku yang diharapkan dan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan.
- c. Perhitungan sumber-sumber baik potensial maupun yang sudah ada.

- d. Menetapkan tujuan promosi kesehatan
- e. Penyusunan rencana operasional pendidikan secara terperinci.
- f. Penyusunan Rencana Penilaian promosi kesehatan (Departemen Kesehatan RI, 2014)

3. Fungsi Media Sosial

Media sosial memiliki fungsi diantaranya sebagai berikut :

- a. Media sosial merupakan media yang di desain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
- b. Media sosial berhasil mentransformasikan praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience
- c. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi.

Dengan kata lain mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri (Denis McQuail, 1992)

4. Jenis-jenis Media Promosi Kesehatan

Menurut Schram (2017) media dikelompokkan menjadi dua, yaitu : *Big media* dan *Little media*. Kategori *Big media* adalah: komputer, film, slide, program video. Sedangkan kategori *Little media* ialah : gambar, realia sederhana, sketsa, dsb. Berdasarkan pendapat Schramm mengenai media diatas maka jenis-jenis media dapat dikemukakan sebagai berikut:

a. Media Visual Diam

Media cetak dan grafis dalam proses belajar mengajar paling banyak dan paling sering digunakan. Media ini termasuk kategori media visual non proyeksi yang berfungsi untuk menyalurkan pesan dari pemberi ke penerima pesan. Pesan yang dituangkan dalam bentuk tulisan, huruf-huruf, gambar-gambar dan simbol-simbol yang mengandung arti disebut "media grafis". Media ini termasuk media yang relatif murah bila ditimbang dari segi biaya,

macam-macam media grafis adalah: gambar/foto, diagram, bagan, poster, media cetak, dan buku.

b. Media Audio Visual Bergerak

Media ini termasuk kedalam media proyeksi, dengan menggunakan proyektor, informasi yang akan disampaikan dapat diproyeksikan ke layar, sehingga informasi berupa: tulisan, gambar, bagan akan menjadi lebih besar dan lebih jelas dilihat. Seperti film suara, pita video, film, dan tv.

Pandemi COVID-19 yang masih berlangsung saat ini menunjang meningkatnya pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung aktivitas di berbagai bidang, termasuk pada infrastruktur kritis nasional. Salah satu yang kemudian disorot oleh pemerintah adalah sektor kesehatan karena memiliki peran penting di masa pandemi ini. Pemanfaatan teknologi digital juga didorong desakan dari WHO (World Health Organization) terhadap Kementerian Kesehatan di seluruh dunia untuk memanfaatkan teknologi informasi. Hal ini untuk meningkatkan pelayanan kesehatan yang lebih baik bagi masyarakat (Kementerian Kesehatan RI, 2023). Aplikasi tiktok di tahun 2020 berkembang pesat dan menjadi budaya baru di Indonesia. Meskipun aplikasi tersebut sudah ada sejak tahun 2018 namun belakangan ini aplikasi tersebut banyak digandrungi oleh masyarakat berbagai usia.

C. Aplikasi TikTok

1. Pengertian

Tiktok merupakan salah satu aplikasi yang menawarkan efek-efek spesial, unik dan menarik, sehingga pengguna aplikasi ini dapat dengan mudah membuat video pendek keren yang mampu menarik perhatian banyak penonton.

Aplikasi Tiktok adalah jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016.

Aplikasi ini merupakan aplikasi pembuatan video pendek

dengan musik yang sangat digemari banyak orang termasuk orang dewasa hingga anak kecil. Aplikasi TikTok ini merupakan aplikasi yang juga dapat menampilkan video pendek dengan ekspresi wajah yang berbeda-beda untuk setiap pembuatnya. Pengguna aplikasi ini juga bisa meniru video pengguna lain. Banyak orang yang melakukan hal serupa untuk membuat video (Zhu et al., 2020)

Aplikasi untuk membuat video pendek, video kreatif, pengeditan video, video musik, yang dapat digunakan dengan nyaman di ponsel atau smartphone Android, iOS. Anda juga dapat berbagi dan menonton video untuk pengguna lain dari aplikasi tiktok ini. Jadi semua konten video yang bernuansa tiktok ini adalah video yang dibuat atau diedit dengan aplikasi tiktok. Masalahnya adalah konten video saat ini baik atau buruk, berbagi video ini dapat dibagikan dan dilihat oleh pengguna lain dari aplikasi tiktok ini. Jadi semua konten video tiktok adalah video yang dibuat atau diedit dengan aplikasi tiktok. (Veronika Kiki, 2022)

2. Media TikTok

Edukasi di TikTok adalah edukasi informal dimana pengetahuan yang disajikan dalam aplikasi ini bersifat umum atau khusus tergantung pada konten yang disajikan oleh pengguna. Salah satu contoh penyajian edukasi di TikTok adalah dengan menggunakan hashtag untuk menjalankan kampanye. TikTok mengajak para kreator untuk berbagi konten edukasi dalam kompetensi (Firamadhina & Krisnani, 2021)

D. Pemanfaatan Media dalam bidang kesehatan

1. Dampak

Di sektor kesehatan, adopsi media sosial bukanlah hal baru (Yang et al., 2019). Media sosial telah diadopsi secara luas oleh pasien, pemberi perawatan, dan profesional kesehatan, dengan banyak laporan penelitian kegunaannya dalam pemberdayaan pasien, promosi kesehatan, membangun

hubungan pasien-dokter, pengawasan kesehatan masyarakat, dan peningkatan kualitas (Zhang et al., 2018). Di Indonesia Transformasi digital kesehatan telah menjadi topik yang hangat dalam beberapa tahun terakhir, dengan kemajuan teknologi yang terus berkembang dan menyentuh hampir semua aspek kehidupan kita. Dalam konteks kesehatan, transformasi digital merujuk pada perubahan yang terjadi dalam sistem dan praktik kesehatan karena adopsi teknologi digital dan inovasi. Dalam artikel ini, kita akan membahas mengenai dampak transformasi digital pada industri kesehatan, manfaat yang ditawarkannya, serta tantangan yang dihadapi. Transformasi digital telah membawa perubahan signifikan pada industri kesehatan, menciptakan solusi yang lebih efisien, efektif, dan mudah diakses. (Kementerian Kesehatan RI, 2023)

2. Manfaat

Beberapa manfaat utama transformasi digital dalam kesehatan meliputi:

- a. Akses yang lebih baik: Transformasi digital memungkinkan pasien untuk mengakses layanan kesehatan dengan lebih mudah dan cepat, terutama di daerah pedesaan dan terpencil.
- b. Perawatan yang lebih baik: Teknologi digital memungkinkan penyedia layanan kesehatan untuk memberikan perawatan yang lebih akurat, tepat waktu, dan terpersonalisasi.
- c. Efisiensi: Penggunaan teknologi digital meningkatkan efisiensi dalam penyampaian layanan kesehatan, mengurangi waktu tunggu dan biaya.
- d. Kolaborasi: Transformasi digital memungkinkan kolaborasi yang lebih baik antara tim kesehatan, termasuk pertukaran informasi dan koordinasi perawatan pasien. (Kementerian Kesehatan RI, 2023).

E. Pemanfaatan Aplikasi Tiktok dalam Promosi Kesehatan

Popularitas Tik Tok juga demikian menarik perhatian pemerintah daerah. Di Tiongkok, organisasi pemerintah sudah mulai menggunakan Tik Tok dengan melibatkan warga lokal, untuk memberikan informasi. (Zhu et al., 2020). Tik Tok juga telah merambah otoritas kesehatan setempat di Tiongkok, fenomena di Tiongkok bahwa komite kesehatan setempat memanfaatkan platform berbagi video mikro untuk memberikan informasi kesehatan kepada masyarakat luas. Hasil penelitian terkait dengan kesehatan di Tiongkok bahwa penggunaan media sosial TikTok merupakan pilihan untuk masa depan.

Menurut Susilowati (2018), mendefinisikan bahwa Aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang dapat digunakan untuk membuat video pendek dan bisa diberikan efek yang lucu dan unik juga bisa ditambahkan musik sesuai keinginan, sehingga aplikasi ini menjadi salah satu aplikasi favorit baru untuk pengguna media sosial.

1. Dampak Positif Media Tiktok dalam kegiatan Promosi Kesehatan

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Arif, (2021) menganalisis rerata pengetahuan responden pada kelompok intervensi sebelum diberikan edukasi didapatkan hasil dan rerata setelah diberikan promosi kesehatan tentang pengetahuan PHBS menggunakan media Tik Tok adalah

- a. Menurut penelitian Buana & Maharani, (2022) menyatakan bahwa tren TikTok pada saat ini lebih efektif dibandingkan dengan media video yang lainnya terhadap peningkatan pengetahuan di era milenial. Dapat disimpulkan bahwa terdapat efektivitas media TikTok dibandingkan dengan short movie terhadap tingkat pengetahuan siswa.
- b. Demikian menurut penelitian Marini, (2019) menyatakan bahwa media sosial TikTok dapat membuat siswa remaja merasa senang saat menggunakan media

tersebut. Apalagi saat sedang lelah, kesal dan pusing, sehingga dapat menghilangkan rasa tersebut. Jadi bisa dikatakan bahwa media sosial TikTok dapat menjadi hiburan dan wawasan pengetahuan untuk remaja yang menggunakannya.

2. Dampak Negatif Media Tiktok dalam kegiatan Promosi Kesehatan

Namun, praktisi promosi kesehatan tidak mengabaikannya begitu saja fakta bahwa alat-alat canggih ini juga menghadirkan sejumlah tantangan (misalnya, mengelola misinformasi) dan komplikasi (misalnya, memastikan kepatuhan terhadap perlindungan privasi) yang pada akhirnya mungkin menghambat upaya kita dan menjadi merugikan kesehatan masyarakat (Conrad et al., 2020)

Kemunculan media sosial Tiktok telah mengubah cara berinteraksi seseorang dengan orang terdekat menjadi interaksi melalui media sosial, misalnya antara orang tua dan anak yang sibuk dengan gawai masing-masing. Hal ini sangat mengkhawatirkan karena pada masa ini anak-anak masih tidak stabil, mereka masih memiliki rasa ingin tahu yang besar dan berpengaruh pada meningkatnya sifat konsumtif pada anak-anak. Karena hal inilah perlunya orang tua memperhatikan apa yang dilakukan anak di media sosial dan perlunya hubungan komunikasi orang tua dan anak untuk mengedukasi anak. Orang tua dapat memberikan pengertian kepada anak mereka bahwa penggunaan media sosial harus disaring mana yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif. Orang tua juga dapat memberikan literasi bagaimana menggunakan media sosial dengan bijak.

Menurut Huston dan Ripke (Santrock, 2009) orang tua berperan sebagai penjaga dan memberikan penyaring ketika anakanak menganggap tanggung jawab yang lebih, dan mengatur kehidupan mereka sendiri, sehingga perlunya hubungan komunikasi antara orang tua dan anak

dengan memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam bermedia sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, R. M. (2021). *Efektivitas media video melalui aplikasi TikTok terhadap pegetahuan remaja tentang PHBS di SMP Negeri 12 Kota Bengkulu.*
- Buana, T., & Maharani, D. (2022). Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) Dan Kreativitas Anak. *Jurnal Inovasi*, 16(2), 34–44. <https://doi.org/10.33557/ji.v16i2.2227>
- Conrad, E. J., Becker, M., Powell, B., & Hall, K. C. (2020). Improving Health Promotion Through the Integration of Technology, Crowdsourcing, and Social Media. *Health Promotion Practice*, 21(2), 228–237. <https://doi.org/10.1177/1524839918811152>
- Denis McQuail. (1992). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar.* Erlangga.
- Departemen Kesehatan RI. (2014). *Pengembangan Media Promosi Kesehatan, Jakarta: Pusat Promosi Kesehatan.*
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Hilberath, B. J. (2016). Communication theology. *Where We Dwell in Common*, 187–209.
- Hruska, J., & Maresova, P. (2020). Use of social media platforms among adults in the United States – Behavior on social media. *Societies*, 10(1). <https://doi.org/10.3390/soc10010027>
- Jenny L. Davis. (2016). Social Media. *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*, 1. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/9781118541555.wbiepc004>
- Kementerian Kesehatan RI. (2023). *Transformasi Digital Layanan Kesehatan Memberi Peluang Sekaligus Tantangan.* <https://rc.kemkes.go.id/transformasi-digital>
- Korda, H., & Itani, Z. (2013). Harnessing Social Media for Health Promotion and Behavior Change. *Health Promotion Practice*, 14(1), 15–23. <https://doi.org/10.1177/1524839911405850>
- Marini, R. (2019). *pengaruh media sosial Tik Tok terhadap prestasi belajar peserta didik di SMPN 1 Gunung Sugih Kab Lampung Tengah.*
- Santrock, J. (2009). *Remaja (Sebelas).* Erlangga.

- Simon Kemp. (2023). *DIGITAL 2023: GLOBAL OVERVIEW REPORT*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
- Social Media Usage in the United States – Statistics & Facts*. (n.d.). Retrieved December 15, 2023, from <https://www.statista.com/topics/3196/social-media-usage-in-the-united-states/#topicOverview%3E>
- Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Veronika Kiki. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Parafase Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau*.
- Wilbur Schramm. (2017). *Mass Communication*.
- Yang, S., Zhao, Y., & Ma, Y. (2019). Analysis of the Reasons and Development of Short Video Application-Taking Tik Tok as an Example. In *Proceedings of the 2019 9th International Conference on Information and Social Science, Iciss*, 12–14. <https://doi.org/10.25236/iciss.2019.062>
- Zhang, W., Deng, Z., Evans, R., Xiang, F., Ye, Q., & Zeng, R. (2018). Social media landscape of the tertiary referral hospitals in China: Observational descriptive study. *Journal of Medical Internet Research*, 20(8), 1–14. <https://doi.org/10.2196/jmir.9607>
- Zhu, C., Xu, X., Zhang, W., Chen, J., & Evans, R. (2020). How health communication via tik tok makes a difference: A content analysis of tik tok accounts run by Chinese provincial health committees. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(1), 1–13. <https://doi.org/10.3390/ijerph17010192>

BIODATA PENULIS



Dr. Novi Berliana, SKM, M.P.H lahir di Jambi, pada 13 November 1984. Menyelesaikan pendidikan S1 di program Studi Kesehatan Masyarakat STIKES Harapan Ibu Jambi dan S2 di program Studi Kesehatan Masyarakat Univ. Gadjah Mada Yogyakarta dan S3 di Program Doktor Kependidikan Universitas Jambi. Sampai saat ini penulis sebagai Dosen di di program Studi Kesehatan Masyarakat STIKES Harapan Ibu Jambi.

BAB 10

Promosi Kesehatan Gigi Keluarga

Novarita Mariana Koch, SST., M.Kes

A. Pendahuluan

Promosi kesehatan gigi menunjang program kesehatan, terutama keluarga sehingga dapat dilakukan untuk meningkatkan kesehatan gigi dan mulut secara paripurna sedini mungkin. Hal ini menunjukkan betapa besar pengaruh yang dapat ditimbulkan jika mengabaikan kebersihan gigi. Promosi kesehatan gigi diupayakan dapat menjamin perubahan perilaku manusia walaupun tidak sesaat. Keluarga perlu dimotivasi, diarahkan serta disosialisasikan bagaimana terhindar dari masalah kesehatan gigi. Memberi perhatian untuk pada proses pencegahan adalah hal mendasar. Keadaan yang sehat menjadi modal utama bagi seseorang untuk tetap mempertahankan kehidupan kearah lebih baik.

Keluarga yang menjadi fondasi awal yang lebih mudah dijangkau secara kontinyu untuk memberikan pemahaman tentang kualitas kesehatan gigi yang berdaya guna dan berhasil guna. Penanaman penting bagi keluarga tentang perilaku kesehatan gigi yang lebih baik menjadi tujuan yang harus diterapkan di rumah secara sederhana melalui pengetahuan, sikap dan tindakan tepat terhadap upayaelihara diri. Banyak problem yang timbul karena keluarga tidak tahu tentang cara-cara yang tepat mempertahankan bahkan menjaga kesehatan giginya secara baik serta benar.

B. Promosi Kesehatan

1. Pengertian

Promosi kesehatan merupakan upaya dalam meningkatkan kemampuan masyarakat dengan pembelajaran melalui dan bersama masyarakat, sehingga mereka mampu menolong diri sendiri, bahkan mengembangkan kegiatan yang bersumber daya masyarakat, sesuai sosial budaya setempat juga didukung kebijakan publik yang berwawasan kesehatan (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia 2011).

Promosi kesehatan dilakukan untuk membantu setiap orang termasuk keluarga sebagai bentuk proses peningkatan, pencegahan dan tindak lanjut upaya untuk mencapai tujuan ke arah positif. Promosi kesehatan menunjuk pada suatu tatanan baru yang mengedepankan pada pencegahan dini terhadap problema kesehatan. Kesehatan menjadi dasar hidup setiap orang untuk dapat berkarya, berjuang tanpa batas, sehingga kesehatan yang utuh jadi jaminan untuk mengembangkan semua rencana demi kemajuan individu maupun keluarga, belajar menyadari bahwa modal utama sehat dapat dicapai melalui kerja keras dan ketekunan serta kepatuhan.

2. Sasaran

Pelaksanaan promosi kesehatan dikenal dengan tiga jenis sasaran.

a. Sasaran Primer

Sasaran primer upaya promosi kesehatan sesungguhnya yaitu pasien, individu sehat dan keluarga (rumah tangga) merupakan komponen dari masyarakat. Sistem nilai serta norma-norma sosial juga norma-norma hukum yang boleh diciptakan/dikembangkan dari semua pemuka masyarakat, baik pemuka informal maupun pemuka formal. Merekapun diharapkan dapat mengubah perilaku hidup dari tidak bersih juga tidak sehat menjadi perilaku hidup bersih dan sehat (PHBS).

Tetapi disadari jika mengubah perilaku bukanlah sesuatu yang mudah Sasaran primer mendukung proses promosi kesehatan sebagai bagian perubahan perilaku (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia 2011).

b. Sasaran sekunder

Sasaran sekunder turut menyebarkan informasi tentang PHBS serta menciptakan suasana aman bagi PHBS. Berperan sebagai kelompok penekan (pressure group) yang berfungsi mempercepat terbentuknya PHBS, yakni para tokoh masyarakat, baik pemuka informal maupun pemuka formal, organisasi kemasyarakatan juga media massa. Berperan sebagai panutan dalam melaksanakan PHBS (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia 2011).

c. Sasaran Tersier

Sasaran tersier Mereka diharapkan turut serta dalam upaya meningkatkan PHBS yaitu para pembuat kebijakan publik yang berupa peraturan perundang-undangan di bidang kesehatan dan bidang-bidang lain yang berkaitan juga mereka yang mampu memfasilitasi serta menyediakan sumber daya (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia 2011).

Sasaran merupakan objek dalam menunjang suatu program, semua tujuan butuh dukungan, oleh karena itu promosi kesehatan keluarga yang diarahkan pada perubahan perilaku manusia menjadikan manusia sebagai sasaran utama lebih berupaya untuk meningkatkan serta mensejahterakan juga diharapkan menyehatkan semua anggota keluarga secara fisik, mental maupun sosial.

3. Tujuan

Tujuan promosi kesehatan pada dasarnya yaitu mengubah perilaku individu dari tidak tahu menjadi tahu. Tujuan promosi kesehatan dapat dicapai dengan upaya semua yang terkait didalamnya. Pelaksana kegiatan

promosi kesehatan dibagi dua, yaitu petugas kesehatan dan petugas khusus promosi kesehatan yang dinamakan penyuluh kesehatan masyarakat (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia 2011).

4. Strategi

Promosi kesehatan yang dianalisis dari strategi kesehatan Perilaku Hidup Bersih Sehat di tatanan rumah tangga atau keluarga



Gambar 1. Strategi Promosi Kesehatan (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia 2011)

Penelitian tahun 2019 oleh Aswandi, dkk di Kabupaten Takalar, (Aswadi, Muharti, and Suktifitrianty 2020) bahwa strategi promosi kesehatan yaitu:

a. Advokasi

Advokasi (Advocacy) merupakan kegiatan oleh penentu kebijakan atau kegiatan yang ditujukan kepada pembuat keputusan baik pada bidang kesehatan juga sektor lain di luar kesehatan serta

berpengaruh bagi publik sehingga pembuat keputusan mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang memberikan keuntungan kesehatan publik (Aswadi, Muharti, and Suktifitrianty 2020).

b. Bina Suasana

Seseorang akan terdorong dalam mau melakukan sesuatu jika lingkungan sosial di mana pun ia mempunyai opini positif bagi perilaku tersebut, sebagai upaya dalam menciptakan opini juga lingkungan sosial untuk mendorong individu anggota masyarakat dapat melakukan perilaku yang sudah diperkenalkan (Aswadi, Muharti, and Suktifitrianty 2020).

c. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan merupakan suatu konsep lahir sebagai suatu perkembangan alam pikiran masyarakat serta kebudayaan barat, terutama Eropa,. Kegiatan yang dilakukan pada pemberdayaan masyarakat sebagai upaya peningkatan PHBS tatanan rumah tangga dilaksanakan pada posyandu, konseling serta penyuluhan atau edukasi. (Aswadi, Muharti, and Suktifitrianty 2020).

d. Kemitraan

Kemitraan berlandaskan pada tiga prinsip dasar, antara lain kesetaraan, keterbukaan serta saling menguntungkan.

Kemitraan perlu digalang baik dalam rangka pemberdayaan dan juga bina suasana serta advokasi guna membangun kerjasama dan mendapatkan dukungan (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia 2011).

Kemampuan dan kemauan untuk memperlengkapi diri menyikapi perubahan-perubahan hidup terutama perilaku terhadap kesehatan keluarga melalui kepatuhan dalam hidup bersih dan sehat menjadikan seseorang ataupun anggota keluarga berusaha tampil

mandiri melalui kesehatan secara holistik. Setiap orang memerlukan orang lain untuk memenuhi bahkan memperlengkapi keadaan hidupnya.

C. Keluarga

Keluarga menjadi pendukung juga penggerak paling utama di rumah. Lingkungan keluarga pasti berharap menerapkan hal-hal baik untuk anggota keluarganya, keluarga menjadi lingkungan dasar beroleh pendidikan. Keluarga merupakan salah satu pranata sosial yang ada di masyarakat memainkan peran yang besar pada pelatihan pola perilaku serta internalisasi nilai yang normatif (Vinsensius Crispinus Lemba 2019). Keluarga bahagia menjadi dambaan semua orang. Keluarga merupakan institusi pendidikan yang pertama serta utama meletakkan dasar-dasar pendidikan. Orang tua merupakan fasilitator sangat dekat bersama anak serta dapat mengontrol sekaligus mengajarkan pada anak mengenai cara melindungi kesehatan gigi juga mulut (Kusumadani et al. 2022).

Keluarga yang biasanya memberi dukungan khusus yaitu ayah dan ibu untuk menerapkan tindakan dan praktek nyata karakter maupun tujuan hidup terhadap semua anggota keluarga. Keluarga menjadi bagian penting bagi kemajuan hidup, karena segala didikan bahkan contoh-contoh yang langsung dilihat, diikuti bahkan dilakukan dapat tercermin dari keluarga melalui sikap hisup sehari-hari. Oleh karena itu setiap pendidikan yang diberikan di keluarga terutama melalui orang tua perlu terus dimaknai sebagai bagian proses promosi bagi semua anggota keluarga.

D. Promosi Kesehatan Gigi Keluarga

Promosi kesehatan gigi terhadap keluarga memberikan andil besar terhadap kemajuan dan perbaikan kesehatan, khususnya kesehatan gigi. Keluarga sehat menciptakan masa depan sehat terutama bagi generasi yang mampu mempersiapkan diri untuk secara mapan melakukan tindakan-tindakan positif bagi kesehatan giginya, utamanya mampu memelihara kebersihan diri melalui kesehatan gigi yang prima. Gigi yang ukurannya kecil tetapi dapat menimbulkan dilema

besar. Hal ini menyatakan bahwa promosi kesehatan gigi menyangkut perubahan pengetahuan, sikap dan tindakan, menunjukkan juga pandangan promosi kesehatan gigi yang menyeluruh mulai dari segi teori, sampai pada keterampilan akan menunjukkan jati diri seseorang terhadap pemeliharaan kesehatan gigi dan mulutnya yang tidak boleh mengabaikan salah satu ranah perilaku. Kesehatan gigi keluarga yang kokoh sejak dini akan membuat pribadi-pribadi cemerlang dalam melanjut-lanjutkan penanaman perilaku kesehatan gigi, baik secara langsung dilakukan yaitu perilaku umum setiap hari misalnya menyikat gigi setiap pagi sesudah makan dan setiap malam sebelum tidur. Hal-hal yang kadang dianggap sepele atau kurang berpengaruh bagi kehidupan banyak kali diabaikan. Motivasi-motivasi tentang jbaran perilaku kesehatan gigi bagi keluarga masih perlu dijangkau terus dengan berbagai metode, cara, serta media pendukung. Penelitian oleh Sumerti, dkk tahun 2022 menyebutkan, rata-rata sebelum juga sesudah edukasi baik menggunakan poster serta video meningkat, namun menggunakan media video nilainya melebihi nilai dari media poster (Sumerti et al. 2022).

Ini berarti bahwa promosi kesehatan gigi membutuhkan media penunjang. Cakupan promosi kesehatan gigi bagi keluarga akan menjadi upaya dasar untuk mengubah perilaku hidup dimulai dari kelompok kecil terutama keluarga. Jangkauan keluarga lebih mudah dilakukan karena berada pada unit terkecil. Promosi kesehatan gigi merupakan edukasi kesehatan gigi yang mengarahkan perubahan maju untuk pengakuan tentang cara-cara mencapai strategi yang lebih baik lagi. Penelitian Afdilla, dkk 2022 bahwa dengan metode bermain ular tangga, pada siswa siswi di SDN Ambopi kelas 1 dan 2, Kecamatan Tongauna Utara, Kabupaten Konawe terjadi perubahan signifikan terhadap meningkatnya pengetahuan baik sebelum dan sesudah dilakukan edukasi (Nia Afdilla, Suhikma Sofyan, Adriatman Rasak 2022).

Penelitian ini membuktikan terdapat berbagai metode untuk meningkatkan promosi kesehatan gigi. Hal

menguntungkan akan tetap dicari oleh seseorang, maka edukasi atau promosi kesehatan gigi harus tetap dikumandangkan. Promosi juga menginginkan komunikasi dapat menciptakan suasana serta keadaan dimana para pelanggan bersedia memilih dan mempunyai produk, tidak hanya sekedar berkomunikasi ataupun menyampaikan informasi (Indika and Aprilia 2017). Adanya komunikasi yang jelas dapat mempertegas informasi atau penyampaian sehingga memudahkan proses peningkatan promosi untuk kesehatan gigi keluarga. Tugas keluarga yang terutama orang tua menjadi modal utama dalam mendidik, mengarahkan, mencontohi bahkan memperlakukan semua anggota keluarga untuk peningkatan derajat kesehatan gigi dan mulutnya. Promosi Kesehatan gigi pada keluarga yang dilakukan secara berkesinambungan dapat membantu anggota keluarga dalam memelihara kesehatan gigi pada khususnya untuk memberikan kenyamanan dalam setiap aktifitas sehari-hari. Harapan besar untuk keluarga supaya mandiri dalam melakukan tindakan kesehatan gigi yang benar penelitian tahun 2021 oleh Utami dkk menyebutkan terjadi peningkatan pemahaman sebelum dan sesudah dilakukan penyuluhan dengan menggunakan 2 media siswa kelas V di salah satu SD Negeri Kota Cirebon (Dwi Utami et al. 2021).

Hal ini membuktikan bahwa promosi kesehatan gigi tidak terbatas pada satu cara atau keadaan bahkan satu media tetapi berbagai faktor yang turut terlibat didalamnya. Penting bagi keluarga untuk mengetahui informasi yang benar serta berasal dari sumber yang jelas untuk menghindari kepercayaan terhadap informasi yang belum tentu benar yang beredar di dalam lingkungan masyarakat. Edukasi melalui pendekatan keluarga diharapkan dapat menjadikan peran keluarga yang mampu menjadi pemberi informasi yang utama bagi anggota keluarga lainnya (Zara and Mardiaty 2021). Hal ini mau menunjukkan tentang betapa besar peranan keluarga untuk terus dikembangkan dan ditingkatkan melalui perilaku-perilaku sehat khususnya kesehatan gigi sebagai suatu cara memelihara kesehatan pribadi bahkan keluarga. Promosi kesehatan gigi

keluarga berlaku terus menerus untuk meningkatkan serta mengembangkan perilaku hidup sehat bagi keluarga masa kini dan masa depan kearah lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aswadi, Syamsul Muharti, and Syahrir Suktifitrianty. 2020. "Strategi Promosi Kesehatan Dalam Peningkatan Program Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat Tatanan Rumah Tangga Di Puskesmas Polombangkeng Selatan Kabupaten Takalar." *Higiene* 6(1): 30-36.
- Dwi Utami, Putri, Sri Mulyanti, Isa Insanuddin, and Irwan Supriyanto. 2021. "The Effectiveness Of Flip Chart Media And Learning Videos In Improving Understanding About Dental Cares." *Jurnal Kesehatan Siliwangi* 2(2): 678-83.
- Indika, Deru R, and Arrafi Mutiara Aprila. 2017. "Penerapan Promosi Kesehatan Untuk Mengubah Perilaku Kesehatan Masyarakat (Studi Kasus: Rumah Sakit Cicendo)." *Jurnal Logistik Bisnis* 7(1): 3-11.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. 2011. "Promosi Kesehatan Di Daerah Bermasalah Kesehatan." *Kementerian Kesehatan Republik Indonesia*: 1-114.
- Kusumadani, Nada et al. 2022. "Perbedaan Pengetahuan Karies Gigi Dengan Menggunakan Media Video Animasi Pada Siswa Kelas IV,V,VI." *Indonesian Journal Of Health and Medical* 2(3): 304-11.
- Nia Afdilla, Suhikma Sofyan, Adriatman Rasak, Juan Felix. 2022. "Efektifitas Promosi Kesehatan Gigi Dalam Peningkatan Pengetahuan Anak Dengan Media Permainan Ular Tangga Pada Pendahuluan Anak Usia Sekolah Merupakan Massa Rentan Terhadap Suatu Masalah Pada Kesehatan." *Jurnal Kesehatan Dan Kesehatan Gigi* 3(1): 37-43.
- Sumerti, Aa Gede Agung, Arini, and Ayu Ria Arnata. 2022. "Perbedaan Tingkat Pengetahuan Pemeliharaan Kesehatan Gigi Dan Mulut Melalui Penyuluhan Dengan Media Poster Dan Video Pada Siswa Kelas IV Dan V SDN 2 Kaliakah Kecamatan Negara Tahun 2022." *Dental Health Journal* 9(2): 99-107.
- Vinsensius Crispinus Lemba. 2019. "Model Pendidikan Karakter Dalam Keluarga." *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan Missio* 11(1): 117-25.
- Zara, Noviana, and Mardiaty. 2021. "Promosi Kesehatan Family Medicine Untuk Pencegahan Covid-19 Pada Keluarga Binaan Di Desa Uteunkot Kota Lhokseumawe." *Jurnal Ilmiah Sains, Teknologi, Ekonomi, Sosial dan Budaya* 5(5): 34-37.

BIODATA PENULIS



Novarita Mariana Koch, SST ., M. Kes. Dari Sulawesi Utara dan bekerja di Politeknik Kesehatan Kementerian Kesehatan Manado sebagai dosen di Jurusan Kesehatan Gigi. Pada tahun 2011 menyelesaikan pendidikan Diploma IV di Politeknik Kesehatan Kementerian Kesehatan Semarang. Tahun 2014 melanjutkan studi S2 di Universitas Sam Ratulangi Manado peminatan Promosi Kesehatan lulus tahun 2016. Sampai sekarang masih bekerja sebagai dosen.

BAB 11

Pemanfaatan Youtube Untuk Media Promosi Kesehatan

Rahma trisnaningsih, SKM., M.P.H

A. Pendahuluan

Video promosi kesehatan di YouTube dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Video tersebut dapat berisi informasi tentang cara menjaga kesehatan, mencegah penyakit, dan mengatasi masalah kesehatan tertentu. Selain itu, video promosi kesehatan juga dapat menghibur dan memotivasi audiens untuk menjaga kesehatan mereka. Namun, perlu diingat bahwa video promosi kesehatan di YouTube harus disajikan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Video tersebut juga harus berisi informasi yang akurat dan dapat dipercaya. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi terhadap efektivitas video promosi kesehatan yang telah dibuat untuk mengetahui apakah pesan kesehatan telah tersampaikan dengan baik dan audiens telah memahaminya.

YouTube termasuk situs yang membagikan video secara daring dan termasuk yang terbesar di dunia yang orang yang memprakarsai adalah mantan pegawai Paypal pada tahun 2005 dengan tujuan agar pengguna media sosial dapat melakukan tindakan *upload* pada video yang dia inginkan. Pembentukannya dilakukan sejak tanggal 14 Februari pada tahun 2005 dengan posisi awal situs dipegang dengan independen yang pemiliknya adalah 3 orang yang bernama Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, sebelum pada akhirnya situs yang mereka buat dibeli oleh Google pada tahun 2006. (Warid Sitompul *et al.*, 2022)

Pemilihan media promosi kesehatan berupa video merupakan suatu media yang paling efektif dilakukan dan dapat mengakses audiens lebih luas dan multi dimensi. Video

juga mampu menampilkan audio, visual maupun teks sehingga informasi yang disampaikan dapat dimengerti lebih baik. Pemanfaatan video berbasis media sosial salah satunya adalah yang berplatform YouTube, menurut survey jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202 juta orang sedangkan 170 juta diantaranya telah menggunakan media sosial dan media sosial yang paling banyak peminatnya adalah media YouTube.(Widiana *et al.*, 2021)

Dalam memilih topik edukasi kesehatan dalam platform YouTube secara umum sama dengan bentuk promosi kesehatan lainnya dengan mengenali audiens atau sasaran misalnya bagaimana tingkat pendidikan, tingkat sosial ekonomi audiens serta usia audiens adalah hal yang penting, demikian juga masalah gender, adat istiadat, dan kepercayaan masyarakat merupakan hal yang penting untuk diperhatikan saat membuat video yang akan diunggah ke platform YouTube. Hal yang membedakan adalah tema menarik bermanfaat dan perlu dipikirkan untuk menghubungkan dengan topik yang viral saat itu. Topik viral yang dimaksud adalah topik yang merupakan sumber kegelisahan masyarakat di bidang kesehatan (Lupton, 2015).

B. YouTube sebagai Platform Promosi Kesehatan

YouTube telah menjadi platform yang sangat populer, bukan hanya untuk hiburan tetapi juga sebagai sumber informasi, salah satu penggunaan yang semakin berkembang adalah sebagai media promosi kesehatan, dalam bab ini kita akan bersama-sama mendalami bagaimana YouTube dapat menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan informasi kesehatan dan mempengaruhi perilaku positif masyarakat (Mutoharoh Tryas *et al.*, 2022).

1. Video Edukasi Kesehatan

YouTube memberikan kesempatan untuk membuat video edukasi kesehatan yang mudah diakses oleh banyak orang. Konten-konten ini dapat mencakup tips kesehatan, informasi penyakit, dan panduan gaya hidup sehat. Dengan visual yang menarik, pesan kesehatan dapat disampaikan secara lebih efektif

2. Kolaborasi dengan ahli kesehatan
Maksudnya adalah dengan platform YouTube professional kesehatan lain seperti ahli gizi, dokter spesialis, ahli kesehatan lingkungan, atau seorang promotor kesehatan dapat memberikan informasi yang kredibel pada konten yang dibagikan, wawasan dan saran dari ahli dapat memberikan nilai tambah dan meningkatkan kepercayaan pengguna YouTube terhadap informasi yang disampaikan.
3. Testimoni Pasien dan cerita sukses
Dengan menghadirkan testimoni pasien dan cerita sukses melalui video dapat memberikan inspirasi kepada penonton YouTube, pengalaman nyata dapat membantu menggambarkan perubahan positif yang mungkin dicapai melalui penerapan gaya hidup sehat.
4. Fitur Live Streaming
YouTube menyediakan fitur live streaming yang memungkinkan interaksi langsung antara pembuat konten dan penonton, hal ini dapat dimanfaatkan untuk sesi Tanya jawab kesehatan, diskusi panel, atau bahkan pelatihan olahraga secara real-time.
5. Penggunaan Hashtag dan metadata yang tepat
Mengoptimalkan metadata dan menggunakan hashtag yang relevan dapat meningkatkan visibilitas video kesehatan di YouTube, hal ini memungkinkan jika kita membuat konten kesehatan maka konten tersebut mudah ditemukan oleh mereka yang mencari informasi kesehatan.
6. Mengukur Dampak Melalui Analitik.
YouTube analitik menyediakan data yang berguna untuk memahami sejauh mana konten anda mencapai target audiens, dengan memantau statistic seperti jumlah penonton, waktu tonton, dan interaksi, anda dapat menyesuaikan strategi promosi kesehatan anda.

Lebih dari 100 juta video dilihat di YouTube setiap hari, dan jumlah itu terus meningkat. Beberapa studi kesehatan masyarakat baru-baru ini telah terlihat video yang diposting di YouTube tentang kesehatan mental "*We all have mental health*" yang dimiliki oleh akun Anna Freud sudah ditonton sebanyak 5,5 juta kali. Para Peneliti menunjukkan potensi daya yang disimpan YouTube untuk pengambilan keputusan kesehatan secara pribadi.

C. Membuat Video Promosi Kesehatan Yang Efektif

Pesan Kesehatan dapat bertujuan untuk mencegah perilaku kesehatan yang berisiko melalui pendidikan atau promosi kesehatan. Pesan anti-narkoba misalnya untuk menyampaikan pesan dan program untuk pencegahan, sedangkan kampanye anti-rokok dari pusat pengendalian dan Pencegahan penyakit menawarkan alternative gaya hidup yang diinginkan. Tantangan untuk menyampaikan pesan kesehatan adalah cara terbaik untuk bersaing dengan pesan komersil dengan anggaran lebih besar dengan mereka menggunakan banyak cara untuk menjangkau audiens.

Untuk membuat video Promosi kesehatan yang efektif di YouTube, ada beberapa tips yang dapat anda aplikasikan seperti berikut ini (O'Neil, 2019):

1. Rencanakan dengan baik
Sebelum anda memulai video, penting untuk menyusun rencana yang jelas dan tepat, jelaskan tujuan dan pesan utama dengan format video yang akan digunakan
2. Konten Yang menarik
Buatlah bentuk video yang mudah dicerna dan menarik audiens, anda dapat menggunakan gambar, animasi, atau rekaman video yang menarik untuk menyampaikan pesan anda dengan lebih efektif
3. Pemandangan Kualitas
Pastikan video anda memiliki kualitas tinggi dengan menggunakan kamera yang baik, mikrofon yang memadai serta edit video dengan baik. Anda juga dapat menggunakan aplikasi dan perangkat lunak seperti

Adobe Premiere, Adobe Illustrator, atau Canvas Untuk membuat video dan gambar yang menarik.

4. Pesan yang jelas

Buat pesan yang jelas dan mudah dipahami. Pastikan pesan anda relevan dengan audiens yang anda targetkan dan mencerminkan manfaat produk, layanan, atau acara anda.

5. Interaksi Audiens

Buat video yang menciptakan interaksi dengan audiens. Anda dapat menggunakan *call-to-action* (CTA) yang menarik untuk mendorong audiens dengan video anda, seperti memberikan tautan, kode kupon, atau informasi tambahan.

6. Pemasaran target

Gunakan fitur targeting YouTube untuk menjangkau audiens yang tepat dengan menyesuaikan video anda dengan topic yang relevan dan minat audiens.

7. Analisis dan Pengujian

Setelah anda mempublikasikan video, analisis dan pengujian kinerja video anda untuk mengidentifikasi apa yang benar-benar menarik audiens dan membuat korektif pada strategi audiens anda.

Media dapat disusun dan dikembangkan supaya menjadi wadah konten berbagai informasi kesehatan yang diperlukan, tetapi masih ada yang mendefinisikan media promosi kesehatan menjadi sempit hanya sebagai penyampai informasi saja. Seharusnya media bisa menjadi aktivitas promosi kesehatan dalam hal pendidikan dan komunikasi. Media sendiri dikaitkan dengan visual cetak tetapi dengan berkembangnya teknologi media juga dapat dikembangkan dalam bentuk audio visual dengan menggunakan jaringan internet. Seiring dengan kemajuan di era industry 5.0 semakin banyak industry kesehatan memandang bahwa teknologi dapat dimanfaatkan sebagai asset strategis.

Menurut (O'Neil, 2019) Berbicara konten secara bahasa konten berarti isi, muatan, atau kandungan. istilah ini digunakan di dunia digital untuk merujuk isi sebuah situs atau

laman web di internet, menurut penelitian beberapa jenis konten yang efektif untuk Promosi Kesehatan di YouTube meliputi:

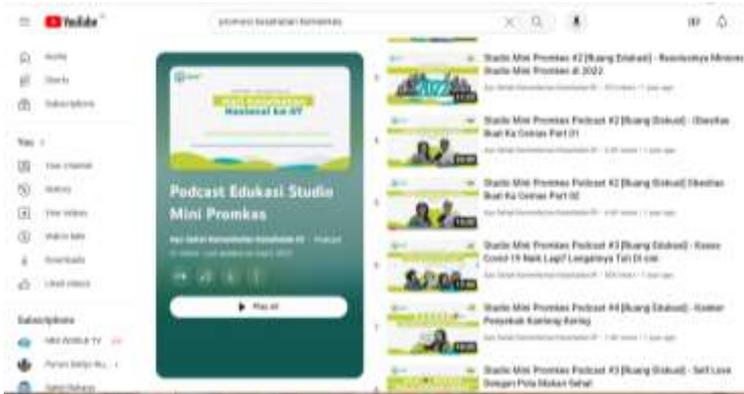
1. Vidio edukasi Kesehatan, memberikan informasi dan pengetahuan tentang topic kesehatan tertentu, seperti gaya hidup, pencegahan penyakit, atau informasi kondisi kesehatan masyarakat terkini.
2. Vidio Animasi, menjelaskan konsep-konsep kesehatan yang kompleks secara visual dan menarik maka video animasi dapat membantu menyampaikan informasi dengan cara yang lebih mudah dipahami oleh penonton.
3. Vidio Testimoni, menampilkan pengalaman nyata individu atau kelompok yang berkaitan dengan perubahan gaya hidup dapat memberikan inspirasi kepada penonton YouTube.

YouTube adalah platform yang menjanjikan untuk melakukan promosi kesehatan. Untuk mengembangkan saluran promosi kesehatan di YouTube, program yang terencana dengan baik, menggabungkan langkah-langkah manajemen promosi kesehatan klasik dengan kemajuan teknologi harus dilakukan. Pemantauan, evaluasi, dan inovasi secara teratur bertujuan untuk mengirimkan konten yang sesuai dengan audiens yang ditargetkan dan menekankan keterlibatan dengan audiens.

Meskipun efektivitas media sosial untuk mengubah perilaku membutuhkan penelitian lebih lanjut, jumlah kanal komunikasi kesehatan di YouTube terus bertambah. Jika kita mengetik "kesehatan" atau "health" di platform YouTube, pada tahun 2017 tidak ada kanal kesehatan, pada tahun 2019 ada enam kanal, dan pada 30 Juni 2021 ada 11 kanal yang mempromosikan kesehatan (Dewi *et al.*, 2021). survey konsumen digital di kota-kota besar di Indonesia menunjukkan bahwa 83% orang Indonesia menonton video online pada tahun 2021, dan YouTube adalah platform yang paling banyak digunakan sebesar 68% menurut The Nielsen Company dalam (Dewi *et al.*, 2021)

Kerja tim dalam mengelola kanal YouTube dengan latar belakang yang relevan dapat menilai bagaimana mengelola saluran Kanal di YouTube, misalnya dua peneliti lain di bidang

kedokteran dan promosi kesehatan yang menilai bagaimana mengembangkan video untuk mengatasi masalah. Beberapa pelajaran penting adalah: Kita harus mengembangkan video yang sesuai untuk pemirsa yang tersegmentasi, perlunya melibatkan seorang ahli multimedia, menyiapkan video yang cukup untuk 3 bulan sebelum waktu peluncuran dan memonitor masukan dari pemirsa.



Gambar 1. Tayangan Podcast tentang kesehatan di kanal YouTube “Ayo Sehat Kementerian Kesehatan RI”

D. Topik Edukasi dan Skenario Vidio YouTube

Pendidikan kesehatan merupakan hal yang penting, dapat dilihat pada undang-undang nomor 9 tahun 1960 mengenai pokok-pokok kesehatan menyatakan bahwa pemerintah memelihara dan mempertinggi derajat kesehatan yang menyatakan bahwa pemerintah memelihara dan mempertinggi derajat kesehatan masyarakat dengan menyelenggarakan dan menggiatkan usaha-usaha dalam lapangan dengan pendidikan kepada masyarakat.pendidikan merupakan usaha meningkatkan derajat kesehatan dengan kegiatan berupa tindakan preventif dan pencegahan. Pelaksanaan kegiatan pencegahan dengan promosi kesehatan, dengan demikian promosi kesehatan bertujuan meningkatkan kemampuan individu, keluarga, kelompok dan masyarakat untuk hidup sehat dan mengembagkan upaya kesehatan bersumber pada masyarakat serta menciptakan lingkungan

yang kondusif, menurut Fitriani 2011 dalam (Widyagdo, Daniati and Rifa'i, 2021).

Keberhasilan suatu Promosi Kesehatan tergantung dari pengetahuan, sikap, ketersediaan saran dan prasarana kesehatan serta lingkungan fisik yang mendukung, keberhasilan suatu program promosi kesehatan juga ditentukan oleh undang-undang dan kebijakan yang berlaku dengan pengendalian dan pengawasan dari sector pimpinan, hambatan yang terjadi pada beberapa aspek diatasi jika dibuat sistem regulasi yang sesuai dengan target Promosi kesehatan yang diinginkan.

Pemilihan topic edukasi dalam platform Youtube hampir sama secara umum dengan bentuk promosi kesehatan lainnya. Penyusunan skenario di media sosial dengan platform YouTube memerlukan perhatian khusus pada intonasi bicara dan visualisasi saat penyampaian. Secara umum penyusunan scenario dapat disusun sebagai berikut:

1. Memulai dengan briefing
2. Menuliskan kerangka materi secara garis besar
3. Menyusun dialog dengan menggunakan bahasa dan gaya penyampaian
4. Gunakan kata yang sederhana, efektif dan menarik
5. Menyimpulkan dan menekankan pada hala-hal penting pada akhir video

Berbeda dengan penyuluhan langsung yang response dapat langsung dilihat namun penyuluhan berbasis video YouTube target penyuluhan dapat dilihat langsung dan tidak langsung. Menjadi langsung jika video dibuat live atau langsung mendapatkan penonton saat itu juga. Untuk menjadi penting dalam mempelajari audiens dari waktu ke waktu sehingga materi yang disampaikan tetap disukai penonton. Menguasai materi yang disampaikan adalah hal yang penting sehingga diperlukan naskah atau skrip yang memadai seperti video edukasi berbasis platform YouTube dapat dikerjakan secara professional dan mudah disimak .

Menurut (Widiana *et al.*, 2021) Dalam penyebaran informasi digital awam masyarakat menyebut berita palsu atau *Hoax*. Motif yang diinginkan oleh pembuat berita palsu adalah

berburu “klik” agar menghasilkan uang dalam waktu singkat dengan menyisipkan iklan dari media platform, bisa juga *Hoax* untuk kepentingan propaganda dalam perbincangan politik, ekonomi, sosial dan budaya, mencari perhatian public yang berlebihan. Misalnya dalam masa pandemic covid-19 masyarakat awam dan kurang edukasi sering mengalami kebingungan informasi dan kecemasan. Salah satu cara untuk mengatasi kecemasan adalah mencari informasi alternative, namun informasi alternative ini sulit untuk divalidasi dan dikontrol dan cenderung menyebabkan misinformasi dan disinformasi. Beberapa jenis misinformasi dan disinformasi dapat berupa

1. Satire: tidak ada niat merugikan namun berpotensi untuk mengelabui
2. Konten yang meyesatkan, penggunaan informasi sesat untuk membongkai sebuah isu
3. Konten tiruan: sumber asli yang ditiru
4. Konten palsu: konten sepenuhnya salah dan digunakan untuk menipu
5. Koneksi salah: judul tidak sesuai dengan konten
6. Informasi atau gambar asli dimanipulasi untuk menipu

Secara umum YouTube merupakan situs web yang memberi fasilitas terhadap pengguna untuk melakukan penyimpanan tindakan menonton atau membagikan video kepada khalayak umum, YouTube dikategorikan sebagai wadah yang paling baik untuk melakukan tindakan berbagi video diseluruh dunia, bentuk video dapat berupa macam seperti tutorial, film edukasi, animasi atau dialog, dan diakibatkan oleh peningkatan pada pertumbuhan smartphone beserta jaringan internet yang semakin maju maka begitu pula dengan peningkatan terhadap video yang disajikan pada YouTube yang semakin beragam (Stellefson *et al.*, 2020). dengan penyajian video YouTube dapat diunggah oleh individu maupun kelompok. Adapun manfaat youtube seperti dibawah ini:

1. Berpenghasilan melalui Google adsense. Apabila telah mendaftar pada google adsense yang disajikan oleh akun YouTube maka adsense tersebut akan memberikan bayaran terhadap kanal yang dibuat setiap kali ada

pengunjung dan mengklik iklan yang disajikan pada video di suatu kanal. Namun perlu dipahami bahwa dalam mencapai YouTube advance maka syarat yang perlu dipenuhi adalah setidaknya mempunyai 10.000 viewers dan untuk memperoleh pendapatan dari YouTube adsense maka perlu melakukan pendaftaran terlebih dahulu (Riyantini, 2023)

2. Mempromosikan Program kesehatan, hingga kini YouTube dijadikan wadah pembuatan video dan begitu banyak edukasi kesehatan untuk menjadikan citra masyarakat yang sehat, kondisi ini sebenarnya kaitan erat dengan internet karena dengan adanya video program promosi maka harapan nya masyarakat akan mengikuti arah perilaku hidup bersih dan sehat
3. Menonton tayangan yang terlewat, jika di Indonesia setiap stasion televisive memiliki YouTubanya sendiri yang bertujuan untuk melakukan pendokumentasian terhadap acara yang telah dilakukan penayangannya, sehingga penonton yang merasa ketinggalan terhadap suatu informasi karena memiliki halangan tertentu dapat kembali menonton tayangan tersebut melalau YouTube official dari kanal tertentu.
4. Fitur menarik di Youtube, pengembangan fitur di YouTube sendiri tujuannya menjadikan audiens merasa lebih nyaman dan mudah untuk melakukan akses terhadap suatu yang dibutuhkan sehingga dapat dikatakan bahwa sebenarnya kehadiran YouTube memberikan perubahan terhadap gaya hidup manusia, fitur yang menarik di Youtube antara lain
 - a. Video anotasi, merupakan video yang dapat di klik pada bagian samping atas video yang tengah diputar, umumnya tampilan ini menjadikan video terkait terhadap video yang telah diputar sehingga akan semakin banyak pengguna yang dapat menonton video yang diunggah
 - b. Autoplay, merupakan fitur yang baru dikeluarkan YouTube sehingga jika video ini ditonton telah selesai maka berdasarkan algoritma pada YouTube maka penonton diarahkan untuk menuji video yang

- temanya memiliki kaitan terhadap video yang baru saja anda tonton.
- c. Kecepatan Vidio, hingga kini YouTube memberikan kemudahan bagi penonton untuk memajukan atau memberikan video yang tengah ditonton sehingga sesuai terhadap preferensi pengunjung caranya adalah dengan memperhatikan ikon pengaturan pada bagian kanan bawah video, kemudian tekan dan pilih lakukan penyesuaian terhadap kecepatan yang diinginkan pada suatu video. Pilihan normal pada “speed” yang dibuat akan menjadikan kecepatan sesuai dengan waktu yang sebenarnya, akan tetapi jika dipercepat maka jalanya video akan lebih cepat dari waktu yang sebenarnya, begitu pula sebaliknya
 - d. Unduh video, untuk melakukan download terhadap video cukup dengan menambahkan huruf “ss” pada url video yang tengah ditonton di antara kata “www” dan “youtube”. Fitur ini tujuannya untuk melakukan penyimpanan terhadap video dan memutar kembali video yang diinginkan pada lain waktu jika dibutuhkan (Warid Sitompul *et al.*, 2022).



Gambar 2. Salah satu Kanal Youtube tentang Kesehatan “INAHEALTH”

E. Dampak Negatif YouTube

Suatu media memiliki kelebihan dan kekurangan yang dapat dijadikan umpan balik dalam upaya mengembangkan suatu media. Media youtube memberikan kemudahan untuk diakses melalui laptop, computer bahkan smartphone. Berikut ini merupakan beberapa kekurangan yang dimiliki oleh Youtube (Warid Sitompul *et al.*, 2022):

1. Banyak konten video yang sebenarnya tidak layak untuk dilihat anak-anak seperti konten vulgar sehingga sangat tidak mungkin untuk dilihat anak-anak, sehingga perlu pengawasan dari orang tua atau orang dewasa untuk menghindari konten negative ditonton anak-anakmeskipun saat ini sudah ada kanal YouTube Kids, namun tidak dapat memasatkan bahwa setiap anak dapat terkontrol dengan baik untuk melihat kanal Youtube
2. Peredaran *hoax* menjadi penebar fitnah dan dapat memberikan pengaruh terhadap orang lain dalam cara berpikir. Kondisi ini menjadi sebuah pekerjaan rumah yang wajib dilakukan oleh setiap individu , sehingga dalam bermedia sosial termasuk menggunakan YouTube dapat dilakukan dengan hati-hati dan melakukan filter terhadap suatu berita.
3. Youtube telah diblokir oleh beberapa Negara seperti China, Korea Utara, dan Turki dengan alasan bahwa konten YouTube telah memberikan dampak yang bahaya bagi persatuan dan kedaulatan suatu Negara, walaupun demikian masih ada beberapa masyarakat menggunakan VPN sehingga tetap bisa menikmati Youtube.
4. Seseorang menjadi kurang produkti akibat terlalu banyak hiburan yang menjadikan peranan Youtube bersifat adiktif dan masyarakat yang menonton menjadi menyia-nyiakan waktu, yang seharusnya waktu tersebut bisa digunakan untuk belajar, bekerja, atau kegiatan lain yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, F.S.T. *et al.* (2021) 'Health promotion using youtube: The experiences and preliminary findings from the indonesian inahealth channel', *Open Access Macedonian Journal of Medical Sciences*, 9, pp. 1596–1605. Available at: <https://doi.org/10.3889/oamjms.2021.7501>.
- Lupton, D. (2015) 'Health promotion in the digital era: A critical commentary', *Health Promotion International*, 30(1), pp. 174–183. Available at: <https://doi.org/10.1093/heapro/dau091>.
- Mutoharoh Tryas *et al.* (2022) 'Pemanfaatan Aplikasi Youtube untuk Media Pembelajaran', *Jubah Raja (Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajaran)*, 1(November), pp. 97–102.
- O'Neil, I. (2019) *Digital Health Promotion: A Critical Introduction*. 1st edn. Cambridge: Polity Press.
- Riyantini, R. (2023) 'Pesan Edukasi Promosi Kesehatan Pada Iklan Layanan Masyarakat Di Media Sosial', *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(1), pp. 181–190. Available at: <https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i1.2611>.
- Stellefson, M. *et al.* (2020) 'Social Media and Health Promotion', *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17, p. 3323. Available at: <https://doi.org/10.3390>.
- Warid Sitompul, W. *et al.* (2022) 'Penelitian Tentang Youtube', *MAKTABUN; Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 2(2), pp. 13–19. Available at: <https://ummaspul.e-journal.id/RMH/article/view/4439>.
- Widiana, I.G.R. *et al.* (2021) *Seni Dan Strategi Merancang Media Promosi Kesehatan Online*. 1st edn, *Universitas Udayana*. 1st edn. Edited by P. Aryani and A.A.I.S. Dewi. Denpasar, Bali: Panuduh Atma Waras. Available at: <https://doi.org/10.53638/9786239838560>.
- Widyagdo, A., Daniati, N. and Rifa'i, I. (2021) 'Pengaruh penyuluhan dengan aplikasi youtube terhadap peningkatan pengetahuan kesehatan gigi dan mulut', *Jurnal Ilmiah Keperawatan Gigi (JIKG)*, 3(2), pp. 619–630.

BIODATA PENULIS



Rahma Trisnaningsih, SKM, M.P.H lahir di Mataram, Nusa Tenggara Barat pada tanggal 8 Oktober 1984, menyelesaikan Pendidikan S1 di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Nusa Tenggara Barat (UNTB) pada tahun 2007 dan menyelesaikan S2 di Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada pada tahun 2017. Pada tahun 2019 sampai dengan sekarang bertugas sebagai Dosen di Politeknik Kesehatan Karya Husada Yogyakarta, tugas selain sebagai dosen adalah Sekertaris Prodi Promosi Kesehatan Program Sarjana Terapan di Politeknik Kesehatan Karya Husada Yogyakarta mulai tahun 2021 sampai sekarang. Dalam ketugasan sebagai Dosen penulis telah banyak melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di Yogyakarta. Dalam bidang Penelitian Sebagian besar tema penelitian tentang perilaku masyarakat di bidang Kesehatan.

BAB 12

Pemanfaatan Instagram Untuk Media Promosi Kesehatan

*Raden Rama Widya Kartika Yudha,
S.Pd., M.Hum.*

A. Pendahuluan

Alat bantu visual yang berfungsi membantu mengilustrasikan sesuatu dalam bidang kemajuan kesejahteraan kesehatan masyarakat dikenal dengan sebutan media promosi kesehatan. Organ yang paling banyak bekerja dalam mentransmisikan informasi ke otak adalah mata (75%-87%) (Elisa Ulfiana, 2019). Kendati demikian merencanakan media dengan mengkombinasikan kelima panca indera dipercaya dapat meningkatkan pemahaman dan penyerapan informasi. Hal ini merujuk pada tingginya manfaat dari media audiovisual untuk meningkatkan pemahaman akan suatu informasi tertentu.

Peningkatan Kesejahteraan merupakan suatu bentuk pendidikan yang bertujuan untuk memberikan semangat kepada individu untuk menjalani hidup sehat, sehingga mampu mempertahankan dan meningkatkan status kesejahteraaannya melalui promosi kesehatan. Pemanfaatan media juga perkembangan jaman sangat mempengaruhi efektifitas akan peningkatan pemahaman masyarakat mengenai informasi yang diberikan (Ana Samiatul Milah, 2022). Pada dasarnya, kemajuan kesejahteraan adalah tindakan manusia dalam upaya mengkomunikasikan pesan-pesan kesejahteraan, dengan tujuan memperluas informasi seputar kesejahteraan agar menjadi lebih baik, yang pada akhirnya dapat berdampak pada perilakunya (Aminah et al., 2021). Terkait dengan hal tersebut, maka akan terdapat berbagai komponen sebagai masukan, salah satunya adalah perangkat atau media yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan tersebut. Sifat media adalah sebagai

penyalur pesan dan dapat membentengi pertimbangan, sentimen dan keinginan kelompok masyarakat sehingga mampu memberdayakan pegangan pembelajaran di dalamnya. Efektifitas media yang digunakan memiliki arti yang sangat penting karena kebutuhan akan kejelasan dalam materi yang akan disampaikan dapat dibuat berbeda dan berdampak lebih signifikan jika dengan menggunakan media yang tepat (Tumurang, 2018).

B. Media Promosi Kesehatan

Peninjauan media promosi kesehatan dilihat dari beberapa kualifikasi dan jenis (Notoatmodjo, 2005 *cit* Septian Emma Dwi Jatmika, 2019)

1. Ditinjau dari bentuk dan manfaat
Berdasarkan bentuk dan manfaatnya, media dalam promosi kesehatan terdapat dua jenis yaitu;
 - a. Otentik teks, seperti halnya majalah, surat kabar, buku, modul, pamflet dan lain sebagainya
 - b. Model peraga, gambar berseri, film pendek, video klip dan lain-lain.
2. Ditinjau dari cara pembuatannya:
Berdasarkan cara produksinya, media promosi kesehatan dikelompokkan menjadi 3, yaitu:
 - a. Media cetak

Media cetak, merupakan alat bantu pembelajaran yang sifatnya tercetak pada suatu lembaran bahan tertentu yang isinya mengutamakan pesan-pesan visual. Beberapa contoh dari media cetak adalah: majalah, poster leaflet dan lain-lain. Salah satu kegunaan utama media cetak ini adalah memberi informasi yang detil serta entertainen.

Kelebihan media cetak adalah tahan lama, dan mudah dibawa kemana-mana, serta biaya kases yang relatif rendah.

Kekuranganya adalah media ini mudah terlipat dan tidak dapat menampilkan visual yang dapat bergerak sehingga dianggap kurang menarik bagi masyarakat kalangan tertentu (Ana Samiatul Milah, 2022).

b. Media elektronik

Media elektronik merupakan suatu alat bantu ajar yang memiliki pergerakan secara visual, audio maupun keduanya yaitu audio-visual. Contoh darimedia elektronik dalam kehidupan sehari hari kita adalah: Televisi, radio, internet, kaset, VCD, DVD dan lain sebagainya.

Seperti halnya media yang lainnya media elektronik juga memiliki keunggulan dan kekurangan. Keunggulan dari media elektronik adalah media ini memiliki popularitas yang baik di masyarakat, memanjakan pemirsanya dengan gerak, suara, visual yang menarik dan mudah mengakses seluruh lapisan masyarakat modern saat ini .

Kekurangan dari media elektronik adalah tingginya biaya lebih tinggi, dan perlu perawatan yang cukup signifikan serta usia media elektronik yang bervariasi.

c. Media Terbuka (*Outdoor*)

Media terbuka merupakan alat bantu ajar yang menyampaikan pesannya ke khalayak umum melalui media cetak dan elektronik secara terukur, contohnya adalah:

Pengumuman, yang didefinisikan sebagai uraian singkat yang luas yang dapat dilihat bebas di jalan, khususnya pesan dalam bingkai tersusun dan disertai gambar yang dibuat di atas selembar kain dengan perkiraan tergantung pada kebutuhan dan dimasukkan ke dalam tempat kunci agar semua orang bisa melihatnya. Media-media tersebut adalah: Baliho, TVC dll. Kelebihan media luar ruang adalah sebagai informasi umum dan hiburan, mengikutsertakan semua panca indra, lebih mudah dipahami, lebih menarik karena ada suara dengan gambar bergerak, penyajian dapat dikendalikan, jangkauan relatif lebih besar, dapat menjadi tempat bertanya lebih detail,

dapat menggunakan semua panca indra secara langsung, dan lain-lain. Penelitian oleh Pramesti Saniscara menyimpulkan bahwa media ruang luar/reklame memang memengaruhi kualitas wajah suatu daerah tertentu (Saniscara, 2022).

Kelemahannya: memerlukan dana yang besar, sedikit rumit, menggunakan tenaga listrik, beberapa produk memerlukan alat canggih, persiapan matang, perlunya *maintenance* yang signifikan, penyimpanan harus tepat, serta memerlukan keahlian khusus dalam pengoperasiannya (Indah Yunita Sari, 2022).

C. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media yang dapat mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi mengenai berbagai hal. Salah satu fungsi yang dimiliki oleh instagram dalam bidang kesehatan adalah penyampai pesan atau sebagai media komunikasi informasi dan edukasi kesehatan. Sebagai media komunikasi kesehatan media internet memberikan sumbangsih dalam merubah sikap dan perilaku individu terkait dengan masalah kesehatan tertentu. Penerimaan masyarakat terhadap pesan kesehatan melalui media sosial mayoritas akan melakukan seleksi atas pesan kesehatan yang diterima sehingga dapat menentukan pilihan akan mengikuti dan meneruskannya atau tidak. Di Indonesia, media sosial byang intensitas penggunaanya paling tinggi adalah Facebook, Instagram, dan Youtube. Instagram merupakan media sosial kegemaran masyarakat dengan segala fitur menarik yang dimilikinya (Ayu Khoirotul Umaroh, 2023)

1. Fitur Pada Instagram

Dalam penggunaanya sebagai media promosi kesehatan, instagram memiliki fitur- fitur menarik yang sangat dapat digunakan terutama di era digital 5.0 ini, dimana hampir semua lapisan masyarakat dari berbagai macam golongan serta usia mengenal dan menggunakan media sosial instagram. Berikut penjabarannya.

a. *Story Highlight*

Cerita adalah cara berbagi materi promosi yang akan hilang setelah 24 jam. Durasinya bisa mencapai 60 detik dan dapat berisi foto, rekaman, efek, dan stiker. Cerita diidealkan untuk berbagi perombakan cepat atau substansi di balik layar. Sama sekali tidak seperti postingan dan reel, cerita tidak muncul di dukungan pengikut pemilik akun. Fitur stories memungkinkan interaksi dengan pengguna instagram karena fitur yang dianggap berbeda dengan sosial media lainnya (Hana Nurul, 2021).

Keuntungan menggunakan cerita adalah lebih kasual dibandingkan postingan dan *reel*. cerita lebih mungkin dilihat oleh pengikut pengguna instagram karena muncul bersamaan dengan waktu makan para pengguna instagram.

b. *Reels*

Reel adalah cara terkini untuk berbagi konten yang dapat digunakan untuk media promosi di Instagram. Postingan tersebut serupa dengan postingan, namun durasinya bisa mencapai 30 detik dan menyertakan musik, dampak, dan komponen kreatif lainnya. *Reel* ditujukan untuk individu yang ingin menciptakan konten yang menyenangkan dan menarik, serta modern. *Reels* dianggap sangat efektif untuk menampilkan konten media promosi kesehatan kepada audiens baru. *Reel* berperforma tinggi dapat membantu menarik peminat dari kalangan anak muda hingga dewasa. *Reels* berkembang lebih cepat daripada fitur-fitur lama seperti *Stories*, *Watch*, dan postingan pendukung lainnya. *Reels* saat ini juga merupakan sumbangsih terbesar untuk pengembangan keterlibatan di Instagram – artinya di sinilah jumlah suka, komentar, dan penawaran orang-orang berkembang paling pesat sesuai harapan promoter kesehatan.

Kelemahan dari Reels adalah bahwa mereka dirancang untuk konten yang lebih pendek yang berarti mereka tidak sempurna untuk merepresentasikan media promosi berupa video poster maupun musik. Kelemahan dari fitur ini, reels dianggap kurang mampu dijadikan wadah untuk klarifikasi yang sifatnya jangka panjang. Selain itu, Reel juga hanya dapat diakses di aplikasi Instagram saja.

c. Postingan

Postingan adalah cara konvensional untuk berbagi konten di Instagram. Mereka muncul di dukungan pengikut Anda dan bisa berdurasi hingga 60 menit dan berisi 10 gambar. Anda juga dapat menyertakan saluran, label, dan area pada postingan Anda. Keuntungan besar menggunakan postingan adalah bahwa postingan tersebut merupakan hal yang lumrah bagi semua orang yang menggunakan Instagram.

Pada tahun 2021 Instagram dibebaskan dari IGTV dan memperpanjang durasi rekaman yang akan Anda posting di guling Anda dari 60 detik menjadi 60 menit. Meskipun hal ini memungkinkan rekaman Anda ditampilkan di tempat yang sama dengan foto, perbaikan ini memperluas waktu pembuatan untuk membuat bahan makanan.

Kelemahan dari postingan adalah postingan tersebut dapat dengan mudah terlewatkan di feed pengguna. Dengan hadirnya reel, postingan mulai terasa agak kuno. Mereka juga terkendala dalam hal pengorganisasian. Semua gambar dan rekaman harus diukur sesuai untuk Instagram. Hal ini juga menunjukkan pentingnya isi dan desain materi promosi kesehatan Sadari dibuktikan dengan sebagian besar responden (77,9%) membaca semua materi yang diberikan (Fardila Sari, 2019).

DAFTAR PUSTAKA

- Ana Samiatul Milah. (2022). *Pendidikan Kesehatan Dan Promosi Kesehatan Dalam Keperawatan*. Edu Publisher, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat.
- Aminah, S., Huliatusunisa, Y., & Magdalena, I. (2021). Usaha Kesehatan Sekolah (Uks) Untuk Meningkatkan Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat (Phbs) Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal JKFT*, 6(1), 18. <https://doi.org/10.31000/jkft.v6i1.5214>
- Ayu Khoirotul Umroh et.al. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai Sumber Informasi Kesehatan Reproduksi Remaja (Studi Kasus Akun @Tabu.id dengan Use and Gratification Theory). *The Indonesian Journal of Health Promotion*,6(1), 122-129.
- Ayulia Fardila Sari ZA, Nengsih Purnama Sari, Nabila. (2019). Promosi Kesehatan “Sadari” Menggunakan Instagram pada Mahasiswi Non Kesehatan Universitas Andalas. *Jurnal MKMI*,15(3), 253-263.
- Elisa Ulfiana, F. S. (2019). *Buku ajar Promosi Kesehatan dalam Praktik Kebidanan (I)*. Politeknik Kesehatan Kemenkes Semarang.
- Hana Nurul Husna et.al. (2019). Penggunaan Instagram Stories Sebagai Media Promosi Kesehatan Mata. *Jurnal Pengabdian dan Penerapan IPTEK*, 5(2), 61-68.
- Indah Yunita Sari et.al. (2022).Trend Penggunaan Iklan Luar Ruang di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Pewarta Indonesia*,4(1),93-102).
- Saniscara, P. (2022). Media Luar Ruang Serta Dampaknya Terhadap Kualitas Dan Lingkungan Hidup Masyarakat. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 7(2), 163-174.
- Septian Emma Dwi Jatmika, dkk. (2019). *Buku Ajar Pengembangan Media*. Penerbit K-Media Yogyakarta.
- Tumurang, M. (2018). *Buku Promosi Kesehatan*. Pindomedia Pustaka, Sidoarjo.

BIODATA PENULIS



Raden Rama Widya Kartika Yudha, S.Pd., M.Hum. lahir di Dili pada 27 Januari 1997. Menyelesaikan pendidikan S1 di Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta dan S2 di Fakultas Pascasarja Universitas Negeri Yogyakarta. Saat ini penulis bekerja pada prodi Promosi Kesehatan di Politeknik Kesehatan Karya Husada Yogyakarta.

BAB 13

Penggunaan Komik Edukasi Sebagai Media Promosi Kesehatan

Aida Silfia.SPd, M.Pd

A. Pendahuluan

Media merupakan seperangkat alat bantu atau pelengkap untuk mempermudah pemahaman sasaran terhadap materi yang akan disampaikan oleh tenaga penyuluh. Media juga merupakan perantara dalam berkomunikasi dengan sasaran. Media promosi kesehatan dapat digunakan mulai dari yang paling sederhana sampai yang sangat canggih.

Komik adalah salah satu jenis dari media grafis yang penyajiannya secara visual menggunakan unsur-unsur dari titik-titik, garis-garis, gambar-gambar, tulisan-tulisan, atau simbol visual lain dengan maksud untuk mengikhtisarkan, menggambarkan, dan merangkum suatu ide, data atau kejadian. Sedangkan secara khusus fungsinya adalah menarik perhatian, memperjelas ide, mengilustrasikan atau menghiasi fakta yang mungkin akan cepat dilupakan atau diabaikan bila tidak di grafiskan.

B. Pengertian Media Komik

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, komik adalah cerita bergambar (di majalah, surat kabar, atau berbentuk buku) yg umumnya mudah dicerna dan lucu. Komik adalah cerita yang bertekanan pada gerak dan tindakan yang ditampilkan lewat urutan gambar yang dibuat secara khas dengan paduan kata-kata. Secara harfiah komik asalnya dari bahasa Yunani "komikos" yang artinya bercanda atau bersuka cita. Pengertian komik yang paling umum adalah seni gambar yang tidak bergerak dan merupakan bentuk kartun yang mengungkapkan karakter dan menerapkan suatu cerita dalam urutan yang erat

hubungannya dengan gambar yang tidak bergerak, tetapi rangkaian gambar dan teks singkat dalam komik sudah lebih dari cukup menguatkan isi cerita komik dan dirancang untuk memberikan hiburan kepada pembaca dengan cerita humor.

Komik merupakan gabungan beberapa gambar yang berjajar serta dilengkapi dengan beberapa kalimat/teks untuk memperjelas pesan komik. Seorang komikus harus dapat membuat cerita singkat dan ilustrasi gambar yang mudah dimengerti serta dinikmati pembacanya. Dari pengertian komik tersebut, bukan berarti komik hanya cerita humor dari sederet cerita gambar saja tetapi bisa sampai hal serius yang berbaur ilmiah dan mampu menarik perhatian pembaca. Jenis-jenis komik ada dua macam menurut Daryanto (2016), yakni komersial yang sederhana dan pendidikan yang informatif.

Komik menyajikan kisah sederhana dengan keindahan gambar yang lucu dan menarik penikmatnya, karena cerita-cerita yang dibuat sederhana, mudah dicerna dan, dipahami, biasanya komik sangat digemari. Komik dapat dijadikan sebagai materi dalam mengajar, membuat efektif proses belajar mengajar, meningkatkan minat belajar siswa, dan menimbulkan minat apresiasi siswa.

Menurut Daryanto (2010) awalnya komik diciptakan bukan sebagai media pembelajaran tetapi untuk kepentingan hiburan saja. Begitu maraknya komik di masyarakat dan begitu tingginya kesukaan terhadap komik, sehingga timbul ide untuk menjadikan komik sebagai media pembelajaran.

Menurut Thorndike (Daryanto,2016) dalam penelitiannya mengatakan bahwa salah satu kelebihan dari komik diketahui bahwa anak yang membaca komik lebih banyak misalnya dalam sebulan minimal satu buah buku komik maka sama dengan membaca buku-buku pelajaran dalam setiap tahunnya. Hal ini berpengaruh pada kemampuan membaca siswa dan penguasaan kosa kata jauh lebih banyak dari siswa yang tidak menyukai komik.

Kelebihan komik adalah penyajiannya mengandung unsur visual dan cerita yang kuat. Ekspresi yang

divisualisasikan membuat pembaca terlibat secara langsung dalam cerita tersebut tanpa di sadari, sehingga membuat pembaca akan terus membacanya hingga selesai. Hal inilah pula yang mengilhami komik yang isinya materi-materi pelajaran. Kecenderungan selama ini ada beberapa murid tidak begitu menyukai buku-buku teks apalagi yang tidak disertai gambar dan ilustrasi yang menarik. Padahal secara empiris murid menaruh minat dan lebih menyukai buku bergambar, yang penuh warna dan diungkapkan dalam bentuk nyata maupun kartun. Komik pembelajaran diharapkan mampu meningkatkan minat murid untuk membaca dan pada akhirnya dapat meningkatkan hasil belajar.

Pada umumnya komik memusatkan cerita disekitar rakyat. Ceritanya tentang pribadi, Pembaca dapat segera mencari informasi tentang dirinya melalui perasaan serta tindakan dari karakter-karakter tokoh utamanya. Cerita-ceritanya ringkas dan menarik perhatian, dilengkapi dengan aksi, bahkan dalam lembaran surat kabar dan buku-buku, komik dibuat lebih hidup serta di olah dengan warna-warna utama secara bebas

Isi komik merupakan kumpulan cerita bergambar yang terdiri dari beberapa bagian cerita dan tema cerita yang menarik untuk dibaca. Komik merupakan karya sastra yang memiliki unsur-unsur dalam pembuatannya, dan unsur pembentuk komik pada umumnya tidak lebih yaitu gambar dan juga cerita.

Unsur pembentuk komik, lainnya, antara lain:

1. Ilustrasi, seorang komikus harus memiliki kepandaian dalam membuat ilustrasi gambar secara berurutan, konsisten dan mimik dari sudut pandang yang berbeda.
2. Cerita atau skenario, komikus harus mampu membuat rangkaian cerita semenarik mungkin, menyusun dialog yang hidup, mampu membuat klimaks dan antiklimaks, juga mampu mendeteksi kebutuhan pembacanya dan menghasilkan cerita sesuai keinginan pembaca. Komikus juga harus mempunyai cara pandang yang luas, dan imajinatif.

3. Teater, komikus yang hebat dituntut harus mampu menyusun dan menciptakan karakter atau tokoh yang hidup, menghadirkan gesture, mimik muka, gerakan, dan lainnya.
4. Gaya Busana, komikus harus mampu menghadirkan karakter yang hidup dan menghadirkan tata busana yang sesuai dengan cerita karena setiap tokoh dan karakter dalam komik tampil dengan busana berbeda-beda sesuai dengan watak dan keinginan tokoh tersebut.
5. Unsur nilai keindahan, komikus disini dituntut memiliki kemampuan dalam tata letak, memberikan titik penekanan, mengatur frame-frame yang ada, mengatur ukuran besar kecil antar frame, huruf, gambar, kotak narasi dengan banyaknya tulisan yang ada di dalamnya, hingga terangkai.
6. Seni kamera atau sudut pandang, seorang komikus harus dapat mengambil angle pembaca, karena akan membuat komik terasa hidup dan sangat dinamis.
7. Psikologi, Setiap karakter yang akan dibuat memiliki psikologi yang berbeda, sehingga komikus dituntut untuk memiliki kemampuan psikologi, minimal psikologi dasar manusia. Reaksi terhadap masalah tentu berbeda caranya menanggapi, dan reaksi-reaksi tersebut harus mampu dihadirkan oleh komikus ke dalam gambar.
8. Sulap, komikus harus mampu merangkai gambar-gambar, tulisan, dan frame-frame menjadi sebuah dunia yang dinamis dan hidup. Komik yang baik harus mampu menyihir para pembacanya untuk masuk ke dalam dunia komiknya sesuai kehendak komikus. Tulisan-tulisan seperti "bruk", "deer", atau "jedar" harus mampu bereaksi di dalam pikiran pembacanya.

C. Gambar dan Teks Dalam Komik

Ekspresi dari gambar yang dipergunakan dalam komik menunjukkan perasaan atau sikap. Bentuk gambar akan membantu menemukan makna pesan yang tersirat di dalamnya. Sedangkan teks yang ada di panel komik, baik itu diluar balon kata maupun yang terdapat didalam balon kata dipergunakan

untuk menunjukkan dialog tokoh komik atau penambahan informasi dan diberi penekanan untuk menemukan sebuah arti dan maksud yang akan disampaikan kepada pembaca komik. Sedangkan warna yang ada dalam komik sebagai penegasan dalam sebuah gambar atau teks yang nantinya akan memiliki arti atau makna yang lebih kompleks.

Dalam rangka menerbitkan komik sebagai media promosi kesehatan, maka tenaga penyuluh/tenaga kesehatan harus menggunakan kemampuan yang dimiliki dari buku-buku komik, dan tidak berhenti sampai disitu saja. Bila minat telah ada, maka tinggal membuat cerita bergambar yang dilengkapi dengan materi bacaan film, gambar tetap model, experiment dan berbagai kegiatan yang kreatif. Peranan pokok dari buku komik dalam media promosi kesehatan adalah kemampuannya dalam menciptakan minat pembaca. Penggunaan komik dalam media promosi kesehatan sebaiknya dipadu dengan metode ceramah, sehingga komik akan dapat menjadi alat media promosi kesehatan yang efektif. Sebagai tenaga penyuluh/tenaga kesehatan diharapkan bisa mengarahkan hobi yang menarik pada pembaca terutama minat baca mereka. Komik merupakan suatu bentuk media promosi yang sifatnya bacaan dimana pembaca membacanya tanpa harus dibujuk. Melalui media promosi kesehatan, komik dapat berfungsi sebagai jembatan untuk menumbuhkan minat baca. Tenaga Kesehatan/penyuluh harus membantu pembaca menemukan komik yang baik, mendidik dan berguna, juga mengajar pembaca untuk memilih buku komik yang bermanfaat. Perlu ditekankan oleh para tenaga penyuluh, pada masa sekarang ini banyak bacaan komik dipasaran atau diperpustakaan yang sifatnya tak selalu mendidik, hal yang demikian itu harus dipahami pada pembaca supaya selektif dalam memilih dan membaca komik.

Contoh komik :



Orang juga mempunyai kebiasaan yang
baik dan yang tidak baik. Ada yang
seperti paku, cakar dan lain-lain.



DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto. (2016) *Media Pembelajaran* . Yogyakarta: Gava Media.
- Gejir, Nyoman I, dkk (2017) *Media Komunikasi dalam Penyuluhan Kesehatan*, Yogyakarta, Andi Offset
- Rohani, Ahmad (1997) *Media Instruksional Edukatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sanjaya, Wina (2012) *Media komunikasi Pembelajarann*, Jakarta Prenadamedia Group
- Creati<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/10442/05.2%20bab%202.pdf?sequence=6&isAllowed=y#:~:text=Dalam%20Kamus%20Ilmiah%20Populer%2C%20komik,umumnya%20mudah%20dicerna%20dan%20lucu.>
- https://www.google.com/search?q=arti+komik+menurut+kamus+bahasa+indonesia&oq=arti+komik+&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqBwgGEAAygAQyBggAEEUYOTIHCAEQABiABDIHCAIQABiABDIHCAMQABiABDIHCAQQABiABDIHCAUQABiABDIHCAYQABiABDIHCACQABiABDIHCAGQABiABDIHCAkQABiABNIBCjE2Nzk0ajBqMTWoAgCwAgA&sourceid=chrome&ie=UTF-8

BIODATA PENULIS



Aida Silfia. SPd, MPd lahir di Takengon, 12 Agustus 1969. Diawali Pendidikan SPRG sebagai perawat gigi tahun 1989 di Banda Aceh, kemudian Pendidikan Diploma Tiga Guru Sekolah Pengatur Rawat Gigi di FKIP Bandung, tahun 1996. Selanjutnya Pendidikan Akademi Kesehatan Gigi di Yogyakarta 1999. Pada tahun 2004 melanjutkan S-1 Pendidikan di Universitas Negeri Jambi dan tercatat sebagai lulusan S-2 Magister Teknologi Pendidikan di Universitas Jambi tahun 2014. Penulis merupakan Dosen di Jurusan Kesehatan Gigi Poltekkes Kemenkes Jambi, dengan matakuliah yang diampu adalah Komunikasi Dalam Keperawatan Gigi, Media Komunikasi, Etika Profesi dan Hukum Kesehatan dan beberapa mata kuliah lainnya di Jurusan Kesehatan Gigi Poltekkes Kemenkes Jambi. Saat ini mendapat tugas tambahan sebagai Ketua Program Studi Kesehatan Gigi Program Diploma Tiga Poltekkes Kemenkes Jambi.

BAB 14

Promosi Kesehatan Gigi Menggunakan Media Leaflet

Drg.Vega Roosa Fione,M.Kes

A. Pendahuluan

Kesehatan mulut dan gigi sangat penting untuk kesehatan umum. Masyarakat Indonesia harus diedukasi tentang pentingnya menjaga kesehatan gigi dan mulut dengan mencegah, merawat, dan memelihara kesehatan gigi. Pendidikan kesehatan gigi dan mulut adalah upaya untuk mendorong orang untuk berperilaku baik dan memotivasi orang lain untuk menjaga kesehatan gigi dan mulut. Pendidikan ini juga meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan gigi dan mulut dan memberikan pengetahuan tentang cara memelihara kesehatan gigi dan mulut secara efektif (Nugraheni et al., 2018)

Promosi kesehatan dan prevensi penyakit adalah sejumlah kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesehatan individu dan masyarakat melalui penggunaan berbagai strategi, seperti perubahan perilaku, pendidikan kesehatan, deteksi risiko kesehatan, dan peningkatan dan pemeliharaan kesehatan. Sementara kuratif dan rehabilitatif biasanya dilakukan terhadap sasaran secara individu. Masyarakat harus diberi informasi tentang kesehatan gigi menggunakan berbagai media (Nubatonis, 2017)

B. Konsep Promosi Kesehatan

Promosi kesehatan pada dasarnya adalah upaya intervensi untuk mengubah perilaku seseorang, kelompok, atau masyarakat. Promosi kesehatan mencakup meningkatkan kemampuan bersama melalui pembelajaran dari, untuk, dan bersama masyarakat tentang bagaimana mereka dapat

membantu diri sendiri, serta mengembangkan kegiatan yang bersumber daya masyarakat yang sesuai dengan budaya setempat dan didukung oleh kebijakan publik yang berwawasan kesehatan. (Nasifah et al., 2023)

Promosi kesehatan adalah proses memberdayakan atau memandirikan masyarakat untuk memelihara, meningkatkan, dan melindungi kesehatannya melalui peningkatan kesadaran, kemauan, dan kemampuan serta pengembangan lingkungan yang sehat. Promosi kesehatan dan prevensi penyakit adalah sejumlah kegiatan yang bertujuan dan dirancang untuk meningkatkan kesehatan individu dan masyarakat melalui kombinasi strategi, seperti melakukan perubahan perilaku, memberikan pendidikan kesehatan, mendeteksi sumber penyakit, dan meningkatkan kesadaran tentang kesehatan. Sementara kuratif dan rehabilitatif biasanya dilakukan terhadap sasaran secara individu. (Nubatonis & Ayatullah, 2019)

C. Media Promosi Kesehatan

Media promosi kesehatan adalah semua sarana atau upaya untuk menampilkan pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator, baik melalui media cetak, elektronika (berupa radio, TV, komputer dan sebagainya) dan media luar ruang, sehingga sasaran dapat meningkatkan pengetahuannya yang kemudian diharapkan menjadi perubahan pada perilaku ke arah positif di bidang kesehatan. Media adalah alat yang digunakan oleh petugas kesehatan dalam promosi kesehatan untuk menyebarkan informasi, materi, dan pesan kesehatan. (Belinda & Surya, 2021)

Media promosi kesehatan dibagi menjadi 3 macam, yaitu :

1. Media cetak : mencakup buku, leaflet, selebaran, flip chart (lembar balik), rubrik atau tulisan pada surat kabar atau majalah, poster, dan foto yang berisi informasi tentang kesehatan.



a. Flipchart

b. poster

c. buku

Gambar 1. Contoh Media Cetak Promosi Kesehatan

- Media elektronik : mencakup televisi, radio, video film, cassette, CD, VCD, internet (menggunakan komputer dan modem), dan SMS (menggunakan telepon seluler).



Gambar 2. Contoh media elektronik promosi Kesehatan

- Media luar ruang
Media luar ruangan menyampaikan pesannya melalui media cetak dan elektronik, seperti papan reklame, spanduk, pameran, banner, dan TV layar lebar, umbul-umbul. Media Lain.

- a. Iklan di bus.
- b. Mengadakan event, merupakan suatu bentuk kegiatan yang diadakan di pusat perbelanjaan atau hiburan yang menarik perhatian pengunjung (a) Road Show, suatu kegiatan yang diadakan di beberapa tempat / kota. (b) Sampling, contoh produk yang diberikan kepada sasaran secara gratis. (c) Pameran, suatu kegiatan untuk menunjukkan informasi program dan pesan-pesan promosi. (Susilowati, 2016)

D. Media Leaflet Dalam Kesehatan Gigi

Kesehatan merupakan bagian terpenting dalam kehidupan manusia. Baik secara jasmani maupun rohani. Tidak terkecuali anak usia dini, setiap orang tua menginginkan anaknya bisa tumbuh dan berkembang secara optimal, hal ini dapat dicapai jika tubuh mereka sehat. Kesehatan yang perlu diperhatikan selain kesehatan tubuh secara umum, juga kesehatan gigi dan mulut, karena kesehatan gigi dan mulut dapat mempengaruhi kesehatan tubuh secara menyeluruh. Dengan kata lain bahwa kesehatan gigi dan mulut merupakan bagian integral dari kesehatan tubuh secara keseluruhan yang tidak dapat dipisahkan dari kesehatan tubuh secara umum. Kesehatan gigi dan mulut sangat penting karena gigi dan gusi yang rusak dan tidak terawat akan menyebabkan rasa sakit, gangguan pengunyahan dan dapat mengganggu kesehatan tubuh lainnya. Banyaknya karies, gingivitis dan gigi berjejal harus segera di tangani dan semuanya dapat dicegah.

Memelihara kesehatan gigi dan mulut sangat penting untuk memperoleh kesehatan tubuh kita. Khususnya pada anak-anak, karena pada masa anak-anak sangat penting karena kondisi gigi susu (gigi decidui) saat ini sangat menentukan keadaan gigi-gigi permanent penggantinya. Untuk mencapai kesehatan gigi dan mulut yang optimal, maka harus dilakukan perawatan secara berkala. Perawatan dapat di mulai dari memperhatikan diet makanan, dan jangan terlalu banyak makanan yang mengandung gula dan makanan yang lengket. Pembersihan plaks dan sisa makanan yang tersisa dengan menyikat gigi, teknik dan caranya jangan sampai merusak struktur gigi dan gusi. Pembersihan karang gigi dan

penambalan gigi yang berlubang oleh dokter gigi, serta pencabutan gigi yang sudah tidak bisa dipertahankan lagi dan merupakan fokal infeksi. Kunjungan berkala ke dokter gigi setiap enam bulan sekali baik ada keluhan ataupun tidak ada keluhan. (Putri & Maimaznah, 2021)

Prioritas kesehatan gigi dan mulut pada masyarakat yaitu pada anak-anak dimana kesadaran dalam menjaga kebersihan gigi masih rendah. Penyakit yang berhubungan dengan gigi dan mulut pada anak-anak dapat mengganggu kemampuan belajar mereka, karena usia anak-anak adalah periode peningkatan perkembangan dan kualitas hidup. Kebiasaan anak-anak untuk makan makanan manis dan kurangnya pengetahuan dalam hal kebersihan gigi menyebabkan risiko penyakit pada gigi lebih tinggi dibanding pada dewasa. Faktor yang mempengaruhi kebersihan gigi dan mulut adalah pengetahuan. Langkah awal sebagai upaya dalam meningkatkan pengetahuan dan mencegah masalah kesehatan gigi dan mulut pada anak adalah dengan cara memberikan pendidikan kesehatan gigi dan mulut. Pemberian pendidikan kesehatan gigi dan mulut pada anak sekolah dasar penting dilakukan, karena pada masa ini anak mulai mengembangkan kebiasaan yang biasanya cenderung menetap sampai dewasa, salah satunya adalah kebiasaan menjaga kebersihan gigi dan mulut (Sholiha et al., 2021)

Media pendidikan dapat digunakan sebagai sarana penunjang, yang dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan minat dari penerima materi. Terdapat berbagai bentuk media sebagai alat penunjang pendidikan kesehatan seperti media cetak dan elektronik. Media cetak kini telah dikembangkan dalam bentuk yang beragam salah satu bentuk media cetak yang cukup populer digunakan untuk berbagai kepentingan termasuk pendidikan kesehatan yaitu leaflet sebagai media atau alat bantu lihat dalam memberikan pendidikan kesehatan gigi dan mulut (Sholiha et al., 2021)

Edukasi untuk orang tua mengenai pentingnya menjaga kesehatan gigi dan mulut anak dapat dilakukan oleh layanan pendidikan anak usia dini dengan cara mengadakan sosialisasi kesehatan anak. Upaya-upaya sosialisasi yang dapat dilakukan oleh layanan pendidikan anak usia dini kepada orang tua dalam meningkatkan perspektif dan kepedulian terhadap kesehatan

gigi dan gangguan kesehatan gigi pada anak dapat dilakukan melalui banyak hal, salah satunya memanfaatkan media sosial sebagai wadah edukasi yang tentunya harus diberikan oleh pihak yang berwenang seperti dokter gigi ataupun perawat gigi (Putri Abadi & Suparno, 2019)

Leaflet adalah selebar kertas yang dilipat-lipat dengan tulisan cetak dan beberapa gambar khusus tentang topik tertentu yang dirancang khusus untuk tujuan dan tujuan tertentu. Ukuran kertas biasanya 20 x 30 cm, dengan tulisan sekitar 200 hingga 400 kata, dan biasanya memiliki garis besar penyuluhan yang besar, dan isi harus dapat dibaca sekali. Leaflet biasanya diberikan setelah pelajaran atau penyuluhan selesai, tetapi mereka juga dapat diberikan selama penyuluhan untuk mendukung konsep yang disampaikan. Media leaflet merupakan salah satu bentuk media cetak yang cukup populer digunakan untuk berbagai kepentingan termasuk pendidikan Kesehatan.

Keuntungan dan keunggulan leaflet adalah :

- a. Klien dapat menyesuaikan dan belajar mandiri,
- b. Dapat melihat isinya pada saat santai,
- c. Informasi dapat dibagi dengan keluarga dan teman,
- d. Dapat memberikan informasi yang terperinci yang tidak mungkin disampaikan secara lisan,
- e. Dapat disimpan untuk dibaca berulang-ulang,
- f. Disain cetak dan ilustrasi dapat dibuat semenarik mungkin,
- g. Mampu memilah khalayak secara rinci

Adapun kekurangannya adalah :

- a. Khalayak terbatas,
- b. Kurang cocok untuk tingkat pendidikan rendah atau didistribusikan di komunitas dengan tingkat buta huruf tinggi,
- c. Membutuhkan kemampuan dalam disain, ilustrasi dan sebagainya

Pertimbangan efisien (dana, tenaga, dan fasilitas), praktis dan tahan lama, dan mudah dibawa dan disimpan sering menjadi penyebab popularitas leaflet (Nubatonis, 2017)



Gambar 3. Contoh Leaflet Kesehatan Gigi

Kegiatan penyuluhan (promosi) adalah sesuatu proses belajar yang memiliki karakteristik adanya perubahan tingkah laku yang relatif menetap dan terbentuk karena latihan atau pengalaman. Promosi kesehatan masyarakat guna meningkatkan pengetahuan, kesadaran, kemauan atau minat, dan kemampuan masyarakat untuk hidup sehat dan aktif berperan serta dalam upaya Kesehatan. Promosi kesehatan gigi mampu merubah perilaku karena promosi tersebut dirancang untuk membawa perbaikan yang berupa perubahan perilaku ini sesuai dengan tujuan promosi kesehatan gigi adalah suatu usaha yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, perubahan perilaku atau kebiasaan sehat (Rahman et al., 2014).

DAFTAR PUSTAKA

- Belinda. N. R., & Surya, L. S. (2021). Media Edukasi Dalam Pendidikan Kesehatan Gigi Dan Mulut Pada Anak-Anak. *Jurnal Riset Intervensi Pendidikan*, 3(1), 55–60.
- Nasifah, P. D., Ambarwati, T., & Anang. (2023). Pengaruh Promosi Kesehatan Gigi Dengan Menggunakan Media Leaflet Terhadap Pengetahuan, Sikap Serta Perilaku Tentang Kesehatan Gigi Dan Mulut Siswa Kelas V SDN Bojong Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Keperawatan Gigi (JIKG)*, 4(2).
<http://ejournal.poltekkestasikmalaya.ac.id/index.php/jikg/index>
- Nubatonis, M. O. (2017). Dental Health Promotion Using Leaflet Media on Knowledge, Attitude and Dental Clean and Status of School of Elementary School of Kupang City. In *Jurnal Info Kesehatan* (Vol. 15, Issue 2).
- Nubatonis, M. O., & Ayatulah, M. I. (2019). Promosi Kesehatan Gigi dengan Menggunakan Media Leaflet terhadap Pengetahuan, Sikap, Status Kebersihan Gigi dan Mulut. *Jurnal Kesehatan Gigi*, 6(2), 147–156.
<http://ejournal.poltekkes-smg.ac.id/ojs/index.php/jkg/index>
- Nugraheni, H., Sunarjo, L., Wiyatini, T., DIII Keperawatan Gigi, P., & Keperawatan Gigi Poltekkes Kemenkes Semarang, J. (2018). Peran Guru Dalam Pomosi Kesehatan Gigi Dan Mulut Di Sekolah. *Jurnal Kesehatan Gigi*, 05(2).
- Putri Abadi, N. Y. W., & Suparno, S. (2019). Perspektif Orang Tua pada Kesehatan Gigi Anak Usia Dini. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 3(1), 161.
<https://doi.org/10.31004/obsesi.v3i1.161>
- Putri, V. S., & Maimaznah, M. (2021). Efektifitas Gosok Gigi Massal dan Pendidikan Kesehatan Gigi Mulut pada Anak Usia 7-11 Tahun di SDN 174 Kel. Murni Kota Jambi. *Jurnal Abdimas Kesehatan (JAK)*, 3(1), 63.
<https://doi.org/10.36565/jak.v3i1.152>
- Rahman, H. R., Susilarti, & Suyatmi, D. (2014). *Promosi Kesehatan Gigi Menggunakan Media Leaflet Terhadap Tingkat*

Pengetahuan Dan Minat Perawatan Orthodonsi Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama.

- Sholiha, N., Purwaningsih, E., & Hidayati, S. (2021). Pengetahuan Tentang Kebersihan Gigi Dan Mulut Dengan Penggunaan Media Leaflet Pada Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Ilmiah Keperawatan Gigi (JIKG)*, 3(2). <http://ejurnal.poltekkestasikmalaya.ac.id/index.php/jikg/index>
- Susilowati, D. (2016). *Modul Bahan Ajar Cetak Keperawatan Promosi Kesehatan.*

BIODATA PENULIS



Drg. Vega Roosa Fione, M.Kes lahir di Jakarta, pada 01 Februari 1971. Menyelesaikan pendidikan S1 di Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Trisakti dan S2 Program Magister Ilmu Kedokteran Gigi Komunitas di Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Indonesia. Sampai saat ini penulis sebagai Dosen di Jurusan Kesehatan Gigi Poltekkes Kemenkes Manado

BAB 15

Promosi Kesehatan Sekolah

Iffa Setiana, S.KM.,M.K.M

A. Pendahuluan

Sekolah merupakan suatu instansi atau lembaga yang mempunyai peran dalam pembentukan perilaku siswa. Hal utama dalam penentu pembentukan perilaku siswa adalah keluarga, sebelum nantinya siswa akan berinteraksi dengan lingkungan dan Masyarakat.

Promosi Kesehatan merupakan suatu bentuk Pendidikan yang berupaya agar Masyarakat berperilaku hidup sehat, sehingga mampu memelihara dan meningkatkan derajat kesehatannya. Promosi Kesehatan disekolah menjadi langkah strategis dalam meningkatkan Kesehatan Masyarakat. Hal tersebut dikarenakan promosi Kesehatan sekolah cukup efektif untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat dalam menjalankan perilaku hidup bersih dan sehat (Aminah et al., 2021)

B. Konsep Promosi Kesehatan Sekolah

1. Pengertian Promosi Kesehatan

Promosi Kesehatan di sekolah merupakan suatu usaha untuk menciptakan sekolah menjadi suatu ranah yang mampu meningkatkan derajat Kesehatan siswa serta warga di sekolah dengan 3 kegiatan utama yaitu (Silviana Mustikawati et al., 2021):

- a). Menciptakan lingkungan sekolah yang bersih dan sehat,
- b). Melakukan pemeliharaan dan pelayanan di sekolah,
- c). Pendidikan Kesehatan. Ketiga kegiatan tersebut dikenal dengan istilah TRIAS UKS.

2. Tujuan Promosi Kesehatan Sekolah (Trisutrisno et al., 2022)
 - a. Meningkatkan derajat Kesehatan Masyarakat, Khususnya Masyarakat di sekolah
 - b. Mencegah dan memberantas penyakit menular di kalangan Masyarakat sekolah pada khususnya dan Masyarakat umum secara keseluruhan.
 - c. Memperbaiki dan memulihkan keesehatan Masyarakat sekolah melalui usaha-usaha:
 - 1) Mengikutsertakan secara aktif guru, murid dan orang tua murid
 - 2) Melakukan Imunisasi
 - 3) Usaha-usaha pengobatan gigi dan pencegahannya
 - 4) Usaha perbaikan gizi anak
 - 5) Mengusahakan kehidupan lingkungan sekolah yang sehat.

3. Strategi Promosi Kesehatan di Sekolah

WHO mencanangkan lima strategi promosi Kesehatan di sekolah yaitu: (Notoatmodjo, 2014)

- a. Advokasi

Keberhasilan Program Promosi Kesehatan disekolah sangat ditentukan oleh dukungan dari berbagai pihak yang terkait dengan kepentingan kesehatan Masyarakat, khususnya Kesehatan Masyarakat sekolah. Guna mendapatkan dukungan yang kuat dari berbagai pihak terkait perlu dilakukan Upaya-upaya advokasi untuk menyadarkan akan pentingnya program Kesehatan sekolah. Advokasi lebih ditujukan kepada berbagai pihak yang akan menentukan kebijakan program, termasuk kebijakan terkait dana untuk kegiatan.

- b. Kerjasama

Kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait sangat bermanfaat untuk berjalannya program promosi kesehatan sekolah. Dalam Kerjasama ini berbagai pihak dapat saling belajar dan berbagi

pengalaman tentang keberhasilan dan kekurangan program, perihal menggunakan sumber daya yang ada, serta memaksimalkan investasi dalam pemanfaatan untuk melakukan promosi Kesehatan.

c. Penguatan Kapasitas

Kemampuan kerja dalam kegiatan promosi Kesehatan di sekolah harus dapat dilaksanakan secara optimal. Untuk itu berbagai sektor terkait harus diyakini dapat memberikan dukungan untuk memperkuat program promosi kesehatan di sekolah. Dukungan berbagai sektor ini dapat terkait dalam rangka penyusunan rencana kegiatan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi program promosi kesehatan sekolah.

d. Kemitraan

Melakukan mitra dengan berbagai unit organisasi baik pemerintah ,LSM maupun usaha swasta akan mendukung pelaksanaan program promosi Kesehatan sekolah. Selain itu mitra akan menjadi kesempatan untuk mengembangkan penelitian dan berbagi pengalaman dari berbagai negara maupun local tentang berbagai negara maupun lokal tentang berbagai upaya promosi kesehatan yang telah dilakukan di sekolah. Selain itu, dapat mendorong mobilisasi guna meningkatkan status Kesehatan disekolah.

e. Penelitian

Penelitian merupakan salah satu komponen dari pengembangan dan penilaian. Bagi sektor terkait, penelitian merupakan akses untuk masuk dalam mengembangkan promosi kesehatan sekolah baik secara nasional maupun regional, selain itu untuk melakukan evaluasi peningkatan PHBS siswa sekolah.

Salah satu penelitian yang dilakukan oleh (Elsad & Widjaja, 2022) bahwa Program Usaha Kesehatan

Sekolah mampu menunjang pengetahuan mengenai optimalisasi Kesehatan sekolah. Dengan adanya program UKS mengenai Kesehatan mental ataupun fisik dalam tingkat Pendidikan menjadi salah satu cara agar warga sekolah tidak mengesampingkan Kesehatan sebagai salah satu faktor terpenting. Sumber daya manusia yang baik dan efektif juga faktor pendukung dalam menjalankan Usaha Kesehatan Sekolah.

4. Sasaran Promosi Kesehatan

Terdapat tiga kelompok Sasaran promosi Kesehatan yaitu: (Nurmala, Ira; Rahman, Fauzie; Nugroho, adi; Erlyani, Neka; Laily, Nur; Yulia Anhar, 2018)

a. Sasaran Primer (Primary Target)

Sasaran Primer adalah masyarakat yang dapat dikelompokkan menjadi, kepala keluarga untuk masalah Kesehatan umum, ibu hamil dan menyusui untuk masalah KIA (Kesehatan Ibu dan Anak) untuk anak sekolah dari SD, SMP, SMA dan lain sebagainya. Sasaran ini sejalan dengan strategi pemberdayaan Masyarakat (Empowerment).

b. Sasaran Sekunder (Secondary Target)

Sasaran Sekunder adalah tokoh-tokoh masyarakat, tokoh agama, tokoh adat, serta orang-orang yang berpengaruh dalam kegiatan promosi Kesehatan, dengan harapan setelah diberikan promosi Kesehatan maka Masyarakat tersebut akan dapat kembali memberikan atau kembali menyampaikan promosi kesehatan pada lingkungan Masyarakat sekitarnya.

c. Sasaran Tersier (Tertiary Target)

Sasaran tersier adalah pembuat keputusan (decision maker) atau penentu kebijakan (policy maker). Hal ini dilakukan agar kebijakan-kebijakan atau keputusan yang dikeluarkan oleh kelompok tersebut memiliki efek/dampak serta pengaruh bagi

sasaran sekunder maupun sasaran primer, hal ini sejalan dengan strategi advokasi.

5. Kemitraan Promosi Kesehatan di Sekolah

Pelaksanaan promosi Kesehatan di sekolah tidak hanya dilakukan oleh pihak sekolah tetapi juga di dukung oleh pihak sekolah tetapi juga didukung oleh pihak-pihak terkait sebagai perwujudan kemitraan, diantaranya: (Novrinda et al., 2020)

a. Guru

Guru merupakan unsur yang sangat penting dalam pelaksanaan promosi kesehatan disekolah, sebagai seorang guru mereka berperan dalam memotori Upaya promosi Kesehatan disekolah dengan:

- 1) Menanamkan kebiasaan hidup sehat bagi para siswa misalnya mencuci tangan, sikat gigi setelah makan, membuang sampah pada tempatnya
- 2) Bimbingan dan pengamatan Kesehatan Kesehatan dengan jalan mengadakan pemeriksaan kebersihan kuku, periksa kebersihan kulit,rambut, telinga, gigi dan sebagainya terkait kebersihan perorangan.
- 3) Membantu petugas Kesehatan dalam tugasnya disekolah seperti melakukan pertolongan pertama pada kecelakaan
- 4) Melakukan deteksi dini pada penyakit-penyakit yang terjadi pada siswa dan mengirinkan ke puskesmas atau rumah sakit
- 5) Menjadi teladan dalam berperilaku sehat bagi para siswa.
- 6) Membuat pencatatan dan pelaporan tentang mengenai Upaya-upaya Kesehatan yang dilakukan disekolah.

b. Petugas Kesehatan

Petugas Kesehatan dari lingkungan sekolah terdekat, dalam hal ini puskesmas bertanggung jawab untuk mengembangkan Promosi Kesehatan dalam

bentuk UKS (Unit Kesehatan Sekolah) di sekolah di wilayah kerja puskesmas tersebut. Peran petugas kesehatan antara lain:

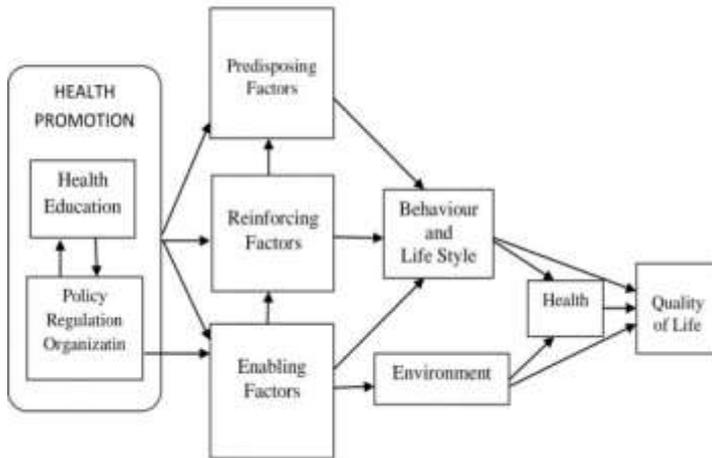
- 1) Memberikan bimbingan kepada guru-guru dalam menjelaskan promosi Kesehatan di sekolah.
 - 2) Menjalankan beberapa kegiatan pelayanan kesehatan di sekolah yang tidak dapat dilakukan oleh guru
 - 3) Turut serta dalam pengawasan lingkungan sekolah yang sehat.
 - 4) Memberikan pelatihan-pelatihan dan bimbingan.
- c. Orang tua siswa

Siswa berada kurang lebih berada di sekolah kurang lebih 8 jam dari pukul 07.00 sampai 15.00, selebihnya siswa akan Kembali ke keluarga dan Masyarakat. Dalam hal ini berarti mahasiswa sebagian besar waktunya di habiskan di rumah dan juga masyarakat. Sehingga orang tua sangat berperan penting dalam Upaya promosi di sekolah:

- 1) Berpartisipasi dalam perencanaan dan juga penyelenggaraan program promosi Kesehatan di sekolah.
 - 2) Dapat menyesuaikan diri dengan program Kesehatan yang ada disekolah serta mengupayakan untuk mempelajari dan mengetahui apa saja yang telah diperoleh anaknya di sekolah dan mendorong anaknya untuk mempraktikkan kebiasaan hidup sehat di rumah.
6. Perencanaan Promosi Kesehatan di Sekolah

Perencanaan Promosi Kesehatan adalah suatu proses diagnosis penyebab masalah, penetapan prioritas masalah dan juga alokasi sumber daya dalam mencapai suatu tujuan. Perencanaan di sekolah harus dibuat secara bersama-sama dengan pihak sekolah, masyarakat disekitar sekolah, professional kesehatan dan pihak terkait lainnya.

Berikut Langkah-langkah dalam Perencanaan Promosi Kesehatan di sekolah adalah sebagai berikut (Situngkir, 2018):



Gambar 1. Kerangka Teori PRECEDE-PROCEED

a. Analisa Situasi (Mandasari, 2021)

1) Diagnosis Masalah

Suatu model pendekatan dalam pembuatan perencanaan serta evaluasi Kesehatan dikenal dengan Model PRECEED-PROCEED yang terdiri dari:

Fase Pertama : Diagnosis sosial, adalah proses penentuan kualitas hidup siswa sekolah. Untuk mengetahui masalah sosial yang terjadi pada siswa dapat dilihat dari tingkat prestasi akademik yang diraihinya. Pengumpulan data dalam fase ini dapat dilakukan dengan FGD (*Focus Grup Discussion*), survei dan wawancara dengan informan kunci.

Fase Kedua : Diagnosis Epidemiologi adalah dimana fase ini melakukan identifikasi faktor Kesehatan yang mempengaruhi kualitas hidup siswa dan juga masyarakat yang ada di sekitarnya. Dalam fase ini harus dilakukan identifikasi siapa atau kelompok mana yang terkena masalah Kesehatan, bagaimana

berpengaruh atau akibat dari masalah kesehatan tersebut, mortalitas, mordibitas dan lain-lain.

Fase Ketiga : Diagnosis perilaku dan lingkungan adalah fase dimana kita melakukan identifikasi masalah perilaku yang mempengaruhi masalah Kesehatan dan masalah lingkungan (fisik-psikososial) untuk mempengaruhi perilaku dan status kesehatan maupun kualitas hidup masyarakat sekolah contohnya PHBS yang tidak baik, Pelecehan seksual dan lain-lain.

Fase Keempat : Diagnosis Pendidikan dan organisasional diman pada fase ini melakukan identifikasi perilaku siswa. Berdasarkan determinannya yaitu factor Predisposisi yaitu pengetahuan, sikap, persepsi, faktor pemungkin yaitu fasilitas dan faktor penguat yaitu perilaku orang tua, guru, dan lain sebagainya.

Fase Kelima : Diagnosis administratif dan kebijakan, pada fase ini kita melakukan telaah kebijakan dan peraturan yang ada tentang syarat kehadiran siswa disekolah, syarat vaksinasi, cuti hamil bagi guru dan staf sekolah. Disamping itu, juga melakukan penilaian terkait dengan sumber daya dalam melaksanakan program promosi kesehatan, sumber daya yang ada dan masyarakat dan juga hambatan dalam pelaksanaan.

2) Menetapkan Prioritas Masalah

Langkah yang harus dilakukan untuk menetapkan prioritas masalah adalah :

- a) Menetapkan status Kesehatan.
- b) Menetapkan pola pelayanan Kesehatan yang ada.
- c) Menentukan hubungan antara status Kesehatan dengan pelayanan Kesehatan di sekolah dan masyarakat.
- d) Menentukan determinan masalah Kesehatan

- e) Sumber daya yang ada di sekolah maupun masyarakat
- 3) Perkembangan rencana kegiatan Promosi Kesehatan di sekolah
- a) Menentukan Tujuan : Tujuan program, tujuan Pendidikan dan tujuan perilaku.
 - b) Menentukan sasaran promosi kesehatan di sekolah yaitu sasaran langsung (primer) dan tidak langsung (sekunder-tercier)
 - c) Menentukan media dan metode promosi Kesehatan di sekolah
 - d) Menyusun jadwal pelaksanaan kegiatan
 - e) Menyusun rencana evaluasi

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, S., Huliatusisa, Y., & Magdalena, I. (2021). Usaha Kesehatan Sekolah (Uks) Untuk Meningkatkan Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat (Phbs) Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal JKFT*, 6(1), 18. <https://doi.org/10.31000/jkft.v6i1.5214>
- Elsad, A. R., & Widjaja, G. (2022). Peran Usaha Kesehatan Sekolah Dalam Promosi Kesehatan. *Cross-Border Journal*, 5(1), 451-462.
- Mandasari, A. A. (2021). Pengaplikasian Teori Precede Proceed Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Di Kelurahan Sidotopo. *Media Gizi Kesmas*, 10(1), 16. <https://doi.org/10.20473/mgk.v10i1.2021.16-23>
- Notoatmodjo, S. (2014). Promosi Kesehatan di Sekolah. In *jakarta: Rineka Cipta*. <https://doi.org/10.31602/ann.v7i2.3456>
- Novrinda, H., Misnaniarti, M., Flora, R., Zulkarnain, H., Samwilson, S., & Tanjung, R. (2020). Kemitraan Puskesmas dan Sekolah dalam Pencegahan Malaria pada Anak Usia Sekolah di Seluma Bengkulu. *Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia*, 15(1), 9. <https://doi.org/10.14710/jpki.15.1.9-15>
- Nurmala, Ira; Rahman, Fauzie; Nugroho, adi; Erlyani, Neka; Laily, Nur; Yulia Anhar, V. (2018). 9 786024 730406. [https://repository.unair.ac.id/87974/2/Buku Promosi Kesehatan.pdf](https://repository.unair.ac.id/87974/2/Buku_Promosi_Kesehatan.pdf)
- Silviana Mustikawati, I., Puspitaloka, E., Marti Abna, I., Asmirajanti, M., & Kesehatan, P. (2021). Peningkatan Pengetahuan Dan Sikap Mengenai Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat Melalui Upaya Promosi Kesehatan Di Sekolah. *Jurnal Abdimas*, 7(3), 228.
- Situngkir, D. (2018). Promosi Kesehatan di Sekolah. In *Universitas Esa Unggul* (p. 19).
- Trisutrisno et al., I. (2022). *Pendidikan dan Promosi Kesehatan*.

BIODATA PENULIS



Iffa Setiana, SKM.,M.K.M lahir di Padang Panjang, Sumatera Barat pada 15 April 1998. Menyelesaikan pendidikan S1 di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Fort De Kock Bukittinggi dan S2 di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Fort De Kock Bukittinggi. Sampai saat ini penulis sebagai Dosen di Jurusan D-III Administrasi Rumah Sakit di Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.



PT MEDIA PUSTAKA INDO
Jl. Merdeka RT4/RW2
Binangun, Kab. Cilacap, Provinsi Jawa Tengah
No hp. 0838 6333 3823
Website: www.mediapustakaindo.com
E-mail: mediapustakaindo@gmail.com

