

Kampanye Komunikasi GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) oleh Dinas  
Kesehatan Provinsi Lampung



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Selma Ilafi Alzahra

15321012

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA

2023

**SKRIPSI**

**KAMPANYE KOMUNIKASI GERMAS (GERAKAN MASYARAKAT HIDUP  
SEHAT) OLEH DINAS KESEHATAN PROVINSI LAMPUNG**

Disusun oleh :

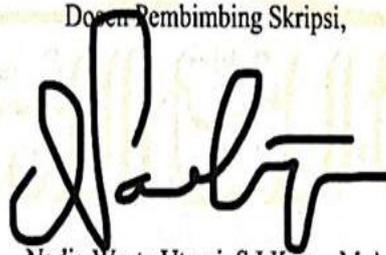
**SELMA ILAFI ALZAHRA**

**15321012**

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di hadapan tim  
penguji skripsi.

Tanggal : .....

Dosen Pembimbing Skripsi,



Nadia Wasta Utami, S.I.Kom., M.A

NIDN 0505068902

**SKRIPSI**

**Kampanye Komunikasi GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) oleh Dinas  
Kesehatan Provinsi Lampung**

Disusun oleh

**SELMA ILAFI ALZAHRA**

**15321012**

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal : 6 Februari 2023

Dewan Penguji

1. Ketua : Nadia Wasta Utami, S.I.Kom., M.A  
NIDN 0505068902
2. Anggota : Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom  
NIDN 0529098201

(  )

(  )

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



**Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D**

**NIDN 0506038201**

## **PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK**

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : **Selma Ilafi Alzahra**

No. Mahasiswa : 15321012

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **Kampanye Komunikasi GERMAS (Gerakan Masyarakat**

**Hidup Sehat) oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung**

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama melakukan penelitian dan pembuatan laporan penelitian skripsi saya tidak melakukan pelanggaran etika akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
2. Apabila dalam ujian skripsi saya terbukti melanggar etika akademik, maka saya siap menerima sanksi sebagaimana aturan berlaku di Universitas Islam Indonesia
3. Apabila dikemudian hari, setelah saya lulus dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia

Demikian pernyataan ini saya setujui dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, Januari 2023

Yang menyatakan,



(Selma Ilafi Alzahra)

NIM 15321012

## HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur pada Zat yang Maka Kuasa  
*Allah Subhanahu wa taala*

Atas segala rahmat, hidayah, nikmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Sholawat dan salam selalu mengiringi kepada Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam, keluarga, sahabat dan para kerabat lainnya.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada  
Ayah dan Mama tercinta  
Bapak Iwan Nurdaya dan Ibu Cut Hilda Rina

Atas cinta dan kasih sayang, dukungan, baik materi maupun moril dalam bentuk apapun. Mereka adalah orang tua yang hebat yang telah membesarkan dan mendidiku dengan pengertian dan penuh kasih sayang.

Selain itu juga terima kasih penulis sampaikan untuk  
Suamiku Reza Indarsa Halim, anakku Khalifano Razelle Abhiseva Halim dan kakakku  
Rabia Edra Almira

Selain itu juga teruntuk keluarga besarku dan kerabat juga teman lainnya yang selalu mengiringi doa dan selamat untuk kelancaran skripsi.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirabbil 'alamin, Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang dilimpahkannya kepada kita, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar, skripsi tersebut berjudul "Kampanye Komunikasi GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung" yang mana melalui penelitian ini penulis ingin mengetahui bagaimana pelaksanaan kampanye komunikasi yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Lampung dalam mensosialisasikan kampanye GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat).

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia. Dalam pengerjaan skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang mana telah membantu penulis dalam banyak hal. Oleh sebab itu penulis sampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D, selaku ketua Prodi Ilmu Komunikasi yang banyak membantu penulis dalam persoalan kuliah di Universitas Islam Indonesia
2. Ibu Nadia Wasta Utami. S.I.kom, M.A, dosen pembimbing skripsi yang telah sabar dan memotivasi dalam membimbing penulis hingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Bapak Dr.rer.soc. Masduki, S.Ag., M.Si, dosen pembimbing akademik yang menjadi wali penulis selama kuliah di Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.
4. Ayah Iwan Nurdaya Djafar, S.H dan Mama Dra. Cut Hilda Rina, karya sederhana ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua penulis sebagai tanda hormat, bakti dan kasih sayang penulis.Terimakasih tak terhingga untuk orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan dalam bentuk apapun hingga pada akhirnya penulis sampai ditahap ini.
5. Suamiku Reza Indarsa Halim, S.STP., M.Si dan anakku Khalifano Razelle Abhiseva Halim, yang selalu memberikan dukungan, doa dan kasih sayang sehingga penulis lebih bersemangat dalam menyelesaikan skripsi.
6. Teman-teman kuliah di Ilmu komunikasi : Pita, Isna, Elqy, Zahra, Egga, Novita dan teman lainnya Ilmu Komunikasi 2015 yang telah memberikan informasi dan dukungan sehingga penulis terbantu dalam menulis skripsi

7. Seluruh keluarga besar Ilmu komunikasi dan Universitas Islam Indonesia, terimakasih banyak.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang telah disusun ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan, oleh sebab itu penulis memohon maaf apabila ada kesalahan dan kekurangan yang tidak disengaja tersebut menyinggung satu dan lain pihak dan semoga ini dapat membawa manfaat bagi semua pihak yang berakitan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 2 Januari 2023



Penulis

**Selma Ilafi Alzahra**

**15321012**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK .....	Iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	V
KATA PENGANTAR .....	Vi
DAFTAR ISI .....	Viii
ABSTRAK .....	Ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	3
E. Tinjauan Pustaka .....	4
F. Kerangka Konsep .....	7
G. Metode Penelitian .....	18
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK.....	22
A. Profil Dinas Kesehatan Provinsi Lampung.....	22
BAB III TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Program kampanye GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat).....	30
B. Promosi Kesehatan dalam melaksanakan Kampanye GERMAS oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung.....	32
C. Kampanye GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) yang dilaksanakan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung.....	36
BAB IV PENUTUP .....	67
A. Kesimpulan .....	67
B. Keterbatasan Penelitian .....	72
C. Saran .....	72
DAFTAR PUSTAKA .....	76

## ABSTRAK

15321012

**Selma Ilafi Alzahra. 15321012. *Kampanye Komunikasi GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, 2023.***

Indonesia saat ini mengalami masalah pergeseran pola penyakit (transmisi epidemiologi) dari penyakit menular menjadi penyakit tidak menular. Hal ini merupakan akibat dari gaya hidup masyarakat yang tidak sehat. Berdasarkan data WHO pada tahun 2008, sebanyak 36 juta dari 57 juta kematian di dunia disebabkan oleh Penyakit Tidak Menular. Permasalahan tersebut yang menjadi alasan Pemerintah untuk mengadakan kampanye GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat). Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pelaksanaan kampanye komunikasi yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Lampung dalam mensosialisasikan kampanye GERMAS pada tahun 2017. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti mengambil data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Dari penelitian ini diketahui bahwa pelaksanaan kampanye GERMAS oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Pada komunikasi langsung, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung mengadakan kegiatan senam bersama dengan kreasi adat Lampung dan diiringi alat musik cetik dan gamelan, makan buah dan sayur bersama serta pemeriksaan kesehatan gratis. Salah satu senam GERMAS yang dilaksanakan di Bandar Lampung dinyatakan berhasil dan mendapat apresiasi dari Menteri Kesehatan serta meraih Rekor MURI) atas rekor peserta senam GERMAS terbanyak sebanyak 5.000 peserta. Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga memberikan pelatihan untuk inovasi terhadap pangan sehat dan perbaikan gizi dengan membuat produk makanan yang berasal dari daun kelor dan daun pegagan, kemudian mengadakan pelatihan Upaya Berhenti Merokok (UBM) bagi tenaga kesehatan dan tenaga pendidik serta pelatihan keluarga sehat sejahtera (P3KSS). Pada komunikasi tidak langsung, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung menggunakan beberapa media antara lain Website, Instagram, Youtube, Twitter, Facebook, iklan dan radio.

Penelitian ini juga menjelaskan tahapan kampanye komunikasi yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Lampung sesuai dengan *Model of Communication Campaign* menurut Rusadi Ruslan, yaitu *intended effect, competing communication, communication object, target population, message, the communicator* dan *obtained effect*. Ada beberapa efek yang didapat dari kampanye GERMAS yaitu bersifat *kognisi, afeksi dan konasi*. Dinas Kesehatan Provinsi Lampung merasa pelaksanaan yang dilakukan sudah optimal dan tidak ada hal besar yang menghambat kegiatan tersebut.

*Kata kunci : Kampanye, Komunikasi, GERMAS*

ABSTRACT  
15321012

**Selma Ilafi Alzahra. 15321012. GERMAS Communication Campaign (Community Movement Healthy Living) by Lampung Provincial Health Office. Undergraduate Thesis. Study program Communication Studies, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Islamic University Indonesia, 2023.**

Indonesia is currently experiencing the problem of shifting disease patterns (epidemiological transmission) from communicable diseases to non-communicable diseases. This is a result of lifestyle unhealthy society. Based on WHO data in 2008, as many as 36 million out of 57 million deaths in the world are caused by non-communicable diseases. The problem is that became the reason for the Government to hold the GERMAS (Community Movement) campaign Healthy life). This study aims to describe how the campaign is implemented communication carried out by the Lampung Provincial Health Office in socializing GERMAS campaign. This study uses a descriptive research method with qualitative approach. Researchers took data through interviews, observation and documentation.

From this research it is known that the implementation of the GERMAS campaign by the Lampung Province Health office is carried out directly and indirectly. On communication directly, the Lampung Provincial Health Office held joint exercise activities with Lampung traditional creations and accompanied by string and gamelan musical instruments, eating fruit and vegetables together as well as free health checks. One of the GERMAS exercises held in Bandar Lampung was declared successful and received appreciation from the Minister of Health and won a record MURI) for the record for the most participants in GERMAS gymnastics with 5,000 participants. public health Office Lampung Province also provides training for innovation on healthy food and improving nutrition by making food products derived from moringa leaves and leaves gotu kola, then held smoking cessation (UBM) training for workers health and teaching staff as well as healthy and prosperous family training (P3KSS). On indirect communication, the Lampung Provincial Health Office uses several media including Website, Instagram, Youtube, Twitter, Facebook, advertising and radio.

This study also describes the stages of the communication campaign carried out by the Department Lampung Province Health according to the Model of Communication Campaign according to Rusadi Ruslan intended effect, competing communication, communication object, target population, message, the communicator and obtained effect. There are several effects obtained of the GERMAS campaign are cognition, affection and conation. Provincial Health Office Lampung feels that the implementation has been optimal and nothing major has happened hinder these activities.

*Keywords: Campaign, Communication, GERMAS*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### a. Latar Belakang

Indonesia saat ini mengalami masalah pergeseran pola penyakit (transmisi epidemiologi) dari penyakit menular menjadi penyakit tidak menular. Pergeseran pola penyakit ini merupakan akibat dari perubahan gaya hidup masyarakat yang tidak sehat. Perubahan tersebut biasanya disebabkan oleh masyarakat yang terlalu sibuk dan tidak memiliki waktu senggang untuk melakukan aktivitas fisik, tidak memeriksakan kesehatan secara berkala dan mengonsumsi makanan siap saji karena keterbatasan waktu sehingga tidak mendapatkan gizi seimbang. Masyarakat juga kurang kesadarannya untuk melakukan gaya hidup sehat, padahal kesehatan merupakan faktor penting untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Berdasarkan data pada tahun 2015, yang menempati urutan tertinggi di pelayanan kesehatan bukan penyakit menular, melainkan penyakit tidak menular (PTM) seperti stroke, penyakit jantung koroner, kanker dan diabetes. (<http://www.depkes.go.id/article/view/16111500002/germas-wujudkan-indonesia-sehat.html>, diakses tanggal 17 maret 2018). Hal ini dapat terjadi karena selama ini masyarakat mengantisipasi penyakit menular namun mengabaikan gaya hidupnya sehingga mengalami penyakit tidak menular yang berujung kematian.

Berdasarkan data WHO pada tahun 2008, sebanyak 36 juta dari 57 juta kematian di dunia disebabkan oleh Penyakit Tidak Menular (PTM). Kematian akibat Penyakit Tidak Menular juga diprediksi akan semakin meningkat terutama di negara-negara miskin dan menengah. (<http://www.depkes.go.id/folder/view/01/structure-publikasi-pusdatin-buletin.html>, diakses tanggal 17 Maret 2018). Masalah seperti ini dapat diatasi dengan pelaksanaan hidup sehat yang dimulai dari diri sendiri dan keluarga. Informasi kesehatan dari pemerintah pun harus ditingkatkan karena baru sekitar 20% masyarakat yang sadar akan pentingnya kesehatan. (<http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/17/10/26/oye37v440menkes-baru-20-persen-masyarakat-sadar-kesehatan>, diakses tanggal 17 Maret 2018) Informasi tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk kampanye sebagai langkah antisipasi yang efektif. Menurut Venus (2004), kampanye adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan perseorangan atau kelompok dengan penuh persiapan dan memiliki tujuan untuk mewujudkan perubahan yang lebih baik dalam kurun waktu tertentu. Menurut Venus (2004), kegiatan kampanye memiliki fungsi, yaitu sebagai sarana informasi yang dapat mengubah pola pikir masyarakat, upaya

untuk mencapai tujuan menggugah kesadaran dan pendapat masyarakat terhadap isu tertentu, pengembangan usaha dengan membujuk khalayak untuk membeli produk yang dipasarkan, juga untuk membangun citra positif peserta kampanye. Sampai saat ini, telah banyak kampanye kesehatan yang diusung oleh Pemerintah maupun swasta agar terwujud derajat kesehatan masyarakat yang setinggi-tingginya, salah satunya kampanye GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat).

GERMAS merupakan gerakan nasional yang diprakarsai oleh Presiden Republik Indonesia yang mengedepankan upaya promotif dan preventif, tanpa mengesampingkan upaya kuratif-rehabilitatif dengan melibatkan seluruh komponen bangsa dalam memasyarakatkan paradigma sehat. GERMAS dicanangkan pertama kali pada tanggal 15 November 2016 di Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. (<http://www.depkes.go.id/article/view/16111500002/germas-wujudkan-indonesia-sehat.html>, diakses tanggal 17 Maret 2018). Sesuai dengan instruksi presiden Republik Indonesia Nomor 1 tahun 2017 tentang GERMAS, Presiden RI telah menginstruksikan kepada seluruh menteri di Indonesia terutama menteri kesehatan agar melaksanakan kampanye Gerakan Masyarakat Hidup Sehat, meningkatkan pendidikan mengenai gizi seimbang serta menambah pelaksanaan dan menyusun panduan deteksi dini penyakit di puskesmas. Pemerintah gencar mengkampanyekan GERMAS dengan harapan jika masyarakat Indonesia sehat, maka beban biaya pelayanan kesehatan berkurang dan dana kesehatan yang telah disediakan pemerintah dapat dialokasikan ke APBD (Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah) untuk biaya pembangunan di Indonesia. ([http://www.kesmas.kemkes.go.id/assets/upload/dir\\_519d41d8cd98f00/files/Inpres-Nomor-1-Tahun-2017-tentang-Gerakan-Masyarakat-Hidup-Sehat\\_674.pdf](http://www.kesmas.kemkes.go.id/assets/upload/dir_519d41d8cd98f00/files/Inpres-Nomor-1-Tahun-2017-tentang-Gerakan-Masyarakat-Hidup-Sehat_674.pdf), diakses tanggal 17 Maret 2018). Selain itu, menurut pemerintah pencegahan lebih baik dilaksanakan dari sekarang dibanding pengobatan, karena pengobatan membutuhkan kurun waktu yang lama dan biaya yang besar.

Kampanye GERMAS telah dilaksanakan hampir di seluruh daerah di Indonesia termasuk Provinsi Lampung. Untuk menindaklanjuti instruksi Presiden RI terkait GERMAS, Gubernur Provinsi Lampung pun mengeluarkan arahan melalui PERGUB No. 38 Tahun 2017 tentang Pedoman Pelaksanaan GERMAS di Provinsi Lampung (<http://dinkes.lampungprov.go.id/wpcontent/uploads/2017/09/PERGUB-No.-38-Th.-2017-Tentang-GERMAS-di-Prov.-Lampung-pdf-1.pdf>, diakses tanggal 17 Maret 2018).

Gubernur bekerja sama dengan Dinas Kesehatan Provinsi Lampung yang dalam kegiatan ini bertugas sebagai komunikator dalam mensosialisasikan kampanye GERMAS. Kampanye GERMAS tahun 2017 yang dilaksanakan di Provinsi Lampung telah dinyatakan berhasil dan mendapat apresiasi dari Menteri Kesehatan serta meraih Rekor MURI (Museum Rekor Dunia Indonesia) atas rekor peserta senam sosialisasi GERMAS terbanyak sebanyak 7.992 peserta. (<http://www.lampost.co/berita-senam-germas-lampung-raih-rekor-muri>, diakses tanggal 17 Maret 2018)

Berdasarkan fakta tersebut, peneliti dalam hal ini ingin mengeksplorasi secara mendalam tentang pelaksanaan kampanye komunikasi GERMAS pada tahun 2017 yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung. Menurut peneliti, penelitian ini penting untuk dilakukan, sebagaimana diketahui bahwa kampanye GERMAS masih termasuk kampanye baru yang dicanangkan tahun 2017. Oleh karena itu, penelitian ini akan berupaya mendeskripsikan tentang kampanye komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung dalam mensosialisasikan GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) pada tahun 2017.

#### **b. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, rumusan masalah yang ingin dijawab peneliti dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana pelaksanaan kampanye komunikasi yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Lampung dalam mensosialisasikan kampanye GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) pada tahun 2017?”

#### **c. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana pelaksanaan kampanye komunikasi yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Lampung dalam mensosialisasikan kampanye GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) pada tahun 2017.

#### **d. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Akademis**

Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi referensi dan bahan pembelajaran bagi pengembangan kajian Ilmu Komunikasi terutama dalam bidang kampanye komunikasi.

## **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan partisipasi masyarakat dalam melaksanakan gaya hidup sehat.

## **E. Tinjauan Pustaka**

### **1. Penelitian Terdahulu**

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi referensi bagi peneliti dimana penelitian-penelitian tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian-penelitian terdahulu tersebut merupakan penelitian yang dilakukan dengan topik yang serupa, yakni mengenai kampanye komunikasi maupun terkait kampanye GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) yang dilakukan oleh suatu perusahaan/instansi pemerintahan. Namun, juga terdapat perbedaan antara penelitian-penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian yang dilakukan. Adapun beberapa penelitian terdahulu tersebut ialah sebagai berikut :

Wahyu Pratiwi denan Tesis Ilmu Komunikasi Universitas Gajah Mada tahun 2017 dengan judul Kampanye Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) (Studi Deskriptif Pelaksanaan Kampanye PHBS oleh Dinas Kesehatan kota Yogyakarta melalui tempat ibadah pada tahun 2013-2016. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan metode kualitatif. Dalam skripsi tersebut dinyatakan bahwa dalam pelaksanaan kampanye, dinas kesehatan kota Yogyakarta telah melakukan beberapa tahapan yaitu tahap perencanaan, implementasi dan evaluasi. Dinkes Yogyakarta menggunakan pendekatan agama untuk mengampanyekan PHBS. Tahap perencanaan dilakukan dengan memilih materi kesehatan dan disinkronkan dengan ajaran agama Islam. Saluran komunikasi yang digunakan pada kampanye ini adalah masjid, sedangkan media komunikasi dibentuk dalam CD dan kemudian digandakan sebanyak jumlah masjid yang disasar. Selain itu, penelitian ini mengungkapkan kekurangan dari tahap evaluasi dalam kampanye ini yaitu Dinkes hanya mengevaluasi apakah takmir masjid melakukan pemutaran CD secara rutin atau tidak. Tidak ada evaluasi pada tingkat pengetahuan masyarakat untuk mengetahui efektivitas kegiatan yang sudah dilaksanakan. Berdasarkan uraian penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan maka perbedaan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu penelitian terdahulu fokus kepada objek lokasinya yaitu tempat ibadah, sedangkan penelitian yang akan diteliti yaitu secara umum/keseluruhan. Persamaannya adalah

menggunakan metode penelitian yang sama yaitu metode deskriptif kualitatif, teknik pengambilan data sama yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi, serta sama-sama meneliti kampanye yang disampaikan oleh Dinas Kesehatan. ([http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian\\_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku\\_id=117269&obyek\\_id=4](http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku_id=117269&obyek_id=4), diakses tanggal 19 Maret 2018)

Penelitian lainnya yang berkaitan dengan topik peneliti ialah jurnal komunikasi dengan judul Membangun Model Kampanye Komunikasi Kesehatan PHBS di Jawa Barat. Uud Wahyudin dalam jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung tahun 2016 membahas mengenai kampanye komunikasi yang dilakukan Puskesmas dan tenaga kesehatan dalam menginformasikan pesan-pesan pola hidup bersih dan sehat (PHBS) guna mencegah berbagai penyakit-penyakit yang kerap muncul sedini mungkin. Selain itu, puskesmas dan tenaga kesehatan diharapkan dapat memotivasi dan mempersuasi masyarakat untuk melaksanakan pola hidup bersih dan sehat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan metode kualitatif. Dalam jurnal tersebut dijelaskan bahwa komunikator yaitu puskesmas dan tenaga kesehatan melakukan perencanaan komunikasi kesehatan untuk penyusunan program kampanye komunikasi, yang meliputi perencanaan dan seleksi strategi, seleksi media dan material, mengembangkan materi pesan, implementasi, dan perhitungan implementasi. Media yang digunakan dalam kampanye ini adalah media lini bawah, seperti poster atau brosur. Selebihnya, kampanye disampaikan secara tatap muka langsung. Berdasarkan uraian penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan maka perbedaan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu penelitian terdahulu fokus membahas adaptasi model yang digunakan dalam kampanye, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan fokus pada tahap-tahap pelaksanaannya. Persamaannya yaitu menggunakan metode penelitian yang sama yaitu metode deskriptif kualitatif. (<https://repository.unikom.ac.id/51326/1/3.uud-wahyudin.pdf>, diakses tanggal 26 Maret 2018)

Mayangga Dwi Nanjaya dalam skripsi Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia 2017 dengan judul Strategi Kampanye Humas Dinas Kesehatan Kota Jambi dalam Mensosialisasikan Program Imunisasi Pada Anak. Dalam penelitian ini, penulis menjelaskan bahwa kampanye ini dilakukan oleh humas dinas kesehatan kota Jambi sebagai upaya melindungi anak dari berbagai penyakit berbahaya dengan cara imunisasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan metode kualitatif. Teknik

pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, penulis mengungkapkan bahwa yang melaksanakan kampanye ini bukanlah bidang Humas, melainkan bidang Pengendalian Masalah Kesehatan (PMK) dan Kepala Seksi Pengendalian Wabah dan Bencana. Kampanye imunisasi ini pun telah memenuhi unsur-unsur Intended Effect, Communication Objective, Target Population dan The Receiving Group. Berdasarkan uraian penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan maka perbedaan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu penelitian terdahulu menggunakan program kampanye imunisasi, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah kampanye GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat). Persamaannya yaitu sama-sama meneliti kampanye yang disampaikan oleh Dinas Kesehatan, menggunakan metode penelitian yang sama yaitu metode deskriptif kualitatif dan teknik pengambilan data yang sama yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. (<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/4298/04%20abstract.pdf?sequence=4&isAllowed=y>, diakses tanggal 26 Maret 2018)

Penelitian berikutnya yang terkait ialah berjudul “Strategi Komunikasi Kampanye Pengendalian Minuman Beralkohol (PERDA No. 11 Tahun 2012) Oleh Pemerintah Kabupaten Sikka”. Penelitian ini merupakan jurnal komunikasi yang ditulis oleh Polikarpus Manase Mana, Hafied Cangara dan Muhadar pada tahun 2014 yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan metode kualitatif. Dalam penelitian ini penulis menjelaskan, pelaksanaan kampanye yang menggunakan pola komunikasi linier melalui pola tatap muka. Kekurangan dalam kampanye ini adalah pemerintah sebagai komunikator tidak melakukan segmentasi dan identifikasi. Kemudian hambatan yang dilalui yakni pengetahuan dan partisipasi masyarakat yang masih rendah, waktu dan biaya yang terbatas, serta adat dan budaya yang masih kental di masyarakat. Berdasarkan uraian penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan maka perbedaan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu penelitian terdahulu membahas kampanye Pengendalian Minuman Beralkohol, sedangkan penelitian yang akan diteliti adalah kampanye GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat). Persamaannya yaitu menggunakan metode penelitian yang sama yaitu metode deskriptif kualitatif. (<http://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/viewFile/582/405>, diakses tanggal 20 Maret 2018).

Selanjutnya ialah penelitian yang dilakukan Aram Dani Jeratallah, mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro dalam Tesis yang berjudul Strategi Komunikasi Kampanye ASI Eksklusif oleh AIMI Jateng (Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia). Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan memperoleh data menggunakan wawancara mendalam kepada 5 (lima) anggota sebagai pelaku kampanye asi dari AIMI Jawa Tengah. Penelitian tersebut membahas sebuah lembaga non-profit yaitu AIMI yang menyadarkan masyarakat akan pentingnya asi eksklusif pada bayinya melalui kampanye. Dalam melaksanakan kampanyenya, AIMI menggunakan semua media sosial untuk mensosialisasikannya. Tujuan penelitian ini adalah melihat secara komprehensif strategi kampanye komunikasi asi eksklusif yang dilakukan AIMI Jateng di kota Semarang. Dalam penelitian tersebut, penulis menjelaskan hasil penelitian, yakni kampanye melalui media sosial dapat mempengaruhi banyak orang yang mengerti media. Kemudian, kegiatan outdoor yang dilakukan juga bisa memberikan dampak yang positif dengan banyaknya konsultasi, peserta yang masuk dalam kelas edukASI dan pembentukan cabang AIMI dikota lain. AIMI telah dinyatakan berhasil dibuktikan oleh pemerintah Semarang yang mengakuinya karena telah memberikan pengaruh besar dalam meningkatkan angka asi eksklusif. Berdasarkan uraian penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan maka perbedaan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu penelitian terdahulu hanya menggunakan teknik pengambilan data dengan wawancara mendalam, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Persamaannya yaitu menggunakan metode penelitian yang sama. (<http://eprints.undip.ac.id/46878/>, diakses 26 Maret 2018).

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Komunikasi Kesehatan**

#### **1.1. Definisi Komunikasi Kesehatan**

Dalam komunikasi antar manusia, terdapat bidang komunikasi kesehatan yang memiliki fokus pada bagaimana seorang individu dalam suatu kelompok/masyarakat menghadapi isu-isu yang berhubungan dengan kesehatan serta berupaya untuk memelihara kesehatannya (Northouse dalam Notoatmodjo, 2005). Menurut *Healthy People 2010*, Komunikasi kesehatan merupakan studi dari strategi komunikasi untuk menyampaikan informasi dan meningkatkan pengetahuan tentang kesehatan serta

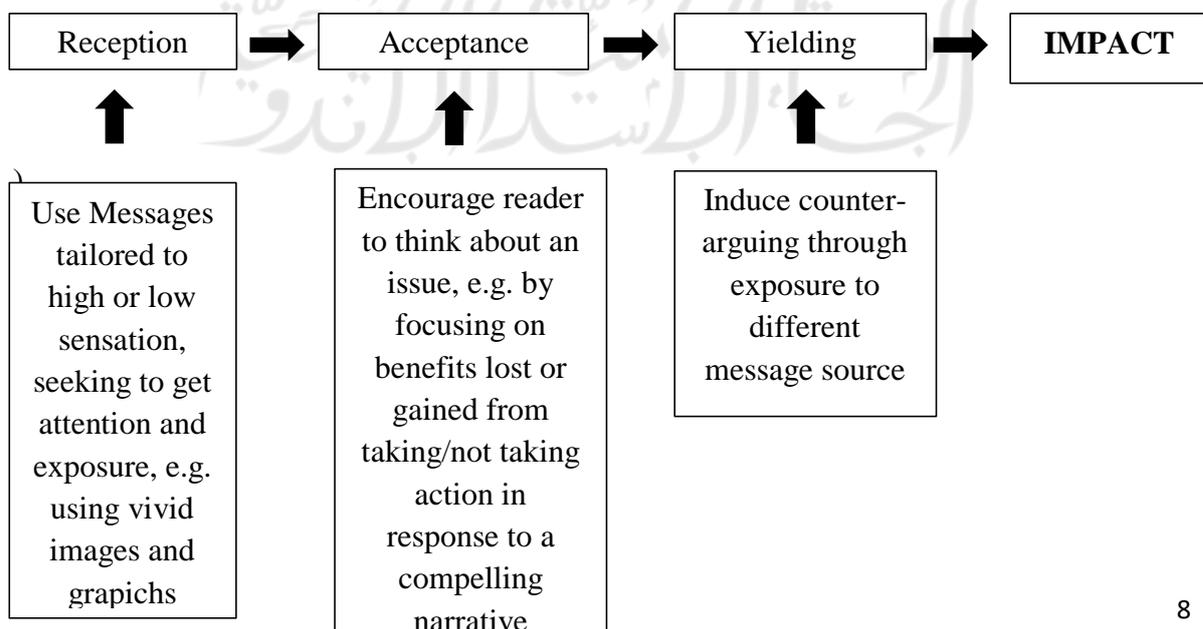
menentukan keputusan, sikap dan perilaku bagi individu atau kelompok masyarakat (Thomas, 2006). Selain itu, komunikasi kesehatan juga dipahami sebagai ilmu yang mempelajari bagaimana cara untuk menyebarkan informasi kesehatan dengan menggunakan strategi komunikasi agar individu atau kelompok dapat menentukan keputusannya dalam setiap upaya bidang kesehatan (Liliweri, 2008).

Komunikasi kesehatan meliputi informasi tentang pencegahan penyakit, promosi kesehatan, kebijaksanaan pemeliharaan kesehatan yang sampai saat ini mungkin mengubah dan memperbaharui kualitas individu dalam suatu masyarakat dengan mempertimbangkan aspek ilmu pengetahuan dan etika. (Rahmadiana, 2012). Setiap akan melakukan kegiatan komunikasi kesehatan, komunikator perlu membuat strategi komunikasi yang terencana dan memahami khalayak sasaran yang dituju tentang gaya hidup, adat istiadat dan kepercayaan, sehingga informasi yang disampaikan akan sesuai dan dapat diserap dengan baik oleh khalayak sasaran.

Ada empat cara agar kampanye dapat diterima oleh individu atau kelompok masyarakat dan juga agar memotivasi untuk perubahan kesehatan (Rimer dan Kreuter, 2006). Pertama, masyarakat hanya butuh informasi kesehatan yang penting. Kedua, informasi tersebut harus sesuai kebutuhan hidup masyarakat luas. Ketiga, informasi harus didesain seunik mungkin untuk menarik perhatian masyarakat. Keempat, informasi yang disampaikan harus berkonten lengkap agar masyarakat tidak kesulitan dalam memahami informasi tersebut. Selain itu, sebaiknya pesan juga disalurkan melalui berbagai saluran kampanye.

Rangkaian proses komunikasi tersebut digambarkan sebagai bagan berikut :

Fitur 1. Bagan Proses Komunikasi Kesehatan



Sumber: Rimer & Kreuter (2006)

## 1.2 Tujuan Komunikasi Kesehatan

Komunikasi kesehatan bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dengan cara meningkatkan pengetahuan tentang masalah kesehatan dan memperbaiki status kesehatan dari masyarakat yang dituju (Muturi dalam Schiavo, 2007). Setiap aktivitas komunikasi yang dilakukan selalu mengalami perubahan yang disesuaikan dengan perkembangan komunikasi kesehatan sehingga dapat memudahkan individu atau kelompok masyarakat untuk tertarik dalam melakukan sikap dan perilaku yang dianjurkan atau perubahan kebijakan yang dilakukan (Schiavo, 2007). Komunikasi kesehatan memiliki tujuan strategis dan praktis (Liliweri, 2008), yaitu :

### Tujuan strategis :

- a. *Relay information*. Informasi yang disampaikan oleh komunikator kemudian disampaikan lagi kepada pihak lain, dengan tujuan informasi tersebut dapat disampaikan lagi ke pihak selanjutnya secara berantai. Hal ini dilakukan agar informasi tersebut dapat diketahui oleh segala kalangan masyarakat.
- b. *Enable informed decision making*. Informasi yang diberikan diharapkan dapat mempengaruhi individu atau kelompok masyarakat untuk membuat keputusan dalam segala upaya kesehatan, serta meningkatkan pengetahuan mereka.
- c. *Promote healthy behavior*. Informasi yang disampaikan bersifat persuasif, yang dimana bertujuan untuk mengajak individu atau kelompok masyarakat untuk memelihara kesehatan diri sendiri sehingga dapat terhindar dari berbagai ancaman penyakit.
- d. *Promote peer information exchange*. Mempromosikan pertukaran informasi antarsesama.
- e. *Promote self-care*. Informasi yang disampaikan dapat membuat individu atau kelompok masyarakat dapat memelihara kesehatan diri sendiri dengan melakukan perilaku hidup yang sehat serta selalu menjaga lingkungan sosial yang sehat.
- f. *Manage demand for health service*. Mengatur permintaan individu atau kelompok masyarakat akan layanan kesehatan.

## **Tujuan Praktis :**

- a. Pelaku kesehatan dapat bertambah wawasannya dalam prinsip komunikasi antar manusia. Pelaku kesehatan selaku komunikator diharapkan dapat menjadi komunikator yang memiliki etos, logos, patos dan kredibilitas. Selain itu, komunikator diharapkan dapat menyusun pesan verbal dan non-verbal dengan baik, memilih media yang sesuai konteks dan target, sampai mengelola *feedback* sesuai dengan apa yang diharapkan.
- b. Meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam berkomunikasi yang efektif baik secara verbal maupun non-verbal.
- c. Membentuk sikap dan perilaku yang baik serta dapat menarik perhatian masyarakat dalam mengkomunikasikan informasi kesehatan. Pelaku kesehatan selaku komunikator harus memiliki gaya bicara yang menyenangkan, penuh empati dan percaya diri agar masyarakat pun dapat mempercayai komunikator.

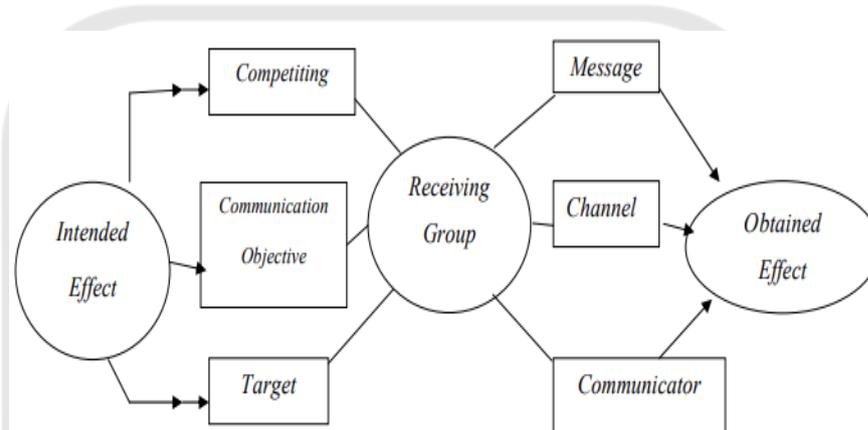
## **2. Kampanye Komunikasi**

### **2.1. Definisi Kampanye**

Kampanye didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan yang dilakukan individu atau kelompok dengan penuh persiapan dan memiliki tujuan untuk mewujudkan perubahan yang lebih baik dalam kurun waktu tertentu (Venus, 2004). Berangkat dari definisi tersebut maka setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya harus mencakup empat hal yang dikemukakan oleh Venus (2004), antara lain tindakan kampanye mempunyai tujuan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu, khalayak sasaran yang dituju luas, ditargetkan akan dilakukan dalam kurun waktu tertentu dan harus menggunakan serangkaian strategi komunikasi yang terencana. Menurut Venus (2004) pelaku kampanye adalah pihak-pihak yang terlibat dalam menggagas, merencanakan, mengorganisasikan, dan menyampaikan pesan dalam sebuah kegiatan kampanye. Kampanye dilakukan oleh sekelompok orang yang memiliki tujuan yang sama untuk menciptakan dampak tertentu.

Dalam pelaksanaan kampanye, peran komunikasi sangat penting, apabila pesan kampanye disampaikan dengan cara yang baik dan terencana, maka kampanye akan terlaksana dengan baik dan mudah dipahami oleh khalayak sasaran. Menurut Nowak dan Warneryd dalam bukunya "*A Model of A Communication Campaign*" tahun 1985 (dalam Ruslan), model ini merencanakan setiap unsur - unsur dalam kampanye saling terkait dan

berhubungan erat satu sama lain. Jika terjadi perubahan terhadap salah satu elemen (unsur - unsur) maka dapat mempengaruhi unsur - unsur lainnya. Sehingga untuk mencapai suatu tujuan kampanye sebagaimana diharapkan hasilnya (*intended effect*), pihak *Campaigner* (juru kampanye) berniat mengubah tujuannya (*obtained effect*), yang pada akhirnya akan mempengaruhi unsur - unsur dalam proses dan tujuan kampanye komunikasi yang sudah direncanakan sebelumnya. Adapun unsur - unsur dari *Model of Communication Campaign* sebagai berikut :



#### 1. *Intended Effect*

Tahap ini merupakan hasil yang diharapkan melalui permasalahan dalam pelaksanaan tujuan kampanye komunikasi berkaitan dengan ketidaktepatan mengenai khalayak sasaran sehingga kurang mengetahui dalam memperkirakan akhir dari keberhasilan kampanye atau tidaknya.

#### 2. *Competing Communication*

Tahap ini diharapkan dalam pelaksanaan kampanye tidak terganggu oleh persaingan atau komunikasi yang bertentangan.

#### 3. *Communication Object*

Tahap ini merupakan dimana biasanya suatu kampanye memiliki tujuan dan tema utama. Setiap perbedaan tujuan kampanye, akan berbeda pula mengenai model kampanye komunikasinya, hal ini harus dipahami oleh juru kampanye tersebut.

#### 4. *Target Population and The Receiving Group*

Tahap ini merupakan dimana khalayak atau penduduk sebagai sasaran dari tujuan kampanye harus jelas, termasuk mengetahui kelompok masyarakat dan tokoh masyarakat sebagai komunikan (*receiver*).

#### 5. *Channel*

Tahap ini sebagai catatan bahwa berbagai perbedaan bentuk atau jenis dari saluran

komunikasi yang terkait erat dengan berbagai macam pesan, dan perbedaan khalayak sebagai sasaran suatu kampanye.

#### 6. *Message*

Untuk pesan - pesan atau tema sentral perlu di pertajam perbedaannya yang berhadapan dengan audiens beragam.

#### 7. *The Communicator*

Komunikator juga dipilih dalam menyampaikan suatu pesan atau komunikasi dalam kampanye, seorang komunikator selain memiliki keahlian, dan kemampuan juga menjadi kepercayaan serta atraktif di mata khalayak.

#### 8. *Obtained Effect*

Dengan adanya komunikator yang tepat, efek dari kampanye yang dilancarkan tersebut juga dapat menghasilkan dampak yang diharapkan atau tidaknya.

### **2.2 Jenis Kampanye**

Menurut Charles U. Larson dalam Venus (2004), jenis-jenis kampanye dibagi sebagai berikut:

#### 1. *Product Oriented Campaigns*

Kampanye yang berorientasi pada produk yang umumnya terjadi di lingkungan bisnis, bertujuan mendapatkan keuntungan secara komersial/finansial, seperti peluncuran produk baru dan sekaligus bermuatan kepentingan untuk membangun citra positif terhadap produk barang atau perusahaan kepada khalayak yang menjadi sasaran kampanye.

#### 2. *Candidate Oriented Campaigns*

Kampanye yang berorientasi pada kandidat, umumnya dalam bidang politik, untuk memperoleh kekuasaan/ kedudukan politik. Misalnya pada kampanye pemilihan kepala daerah.

#### 3. *Ideologically or Cause Oriented Campaigns*

Jenis kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus atau termasuk tujuan perubahan sosial. Kampanye jenis ini sering disebut *Social Change Campaigns* (Kotler), yakni kampanye yang ditujukan untuk menangani masalah- masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik yang terkait.

### **2.3 Fungsi Kampanye**

Menurut Venus (2013), agar masyarakat lebih menanggapi keberadaan suatu pesan yang disampaikan melalui kampanye, maka dalam pembuatan kampanye harus memiliki beberapa fungsi, antara lain :

1. Mengubah pola pikir masyarakat
2. Mencapai tujuan dengan menggugah kesadaran dan pendapat masyarakat pada isu tertentu
3. Pengembangan usaha dengan membujuk khalayak membeli produk yang dipasarkan
4. Membangun citra positif.

## 2.4 Manajemen Kampanye

Menurut George R. Terry dalam bukunya Prinsip-Prinsip Manajemen (Terry, 2016; 16), bahwa terdapat 4 fungsi manajemen yang dikenal sebagai POAC Yaitu: *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Penggerakan/Pengarahan) dan *Controlling* (Pengendalian).

### 1. *Planning* (Perencanaan)

Menurut Terry (2016:17), *Planning* atau perencanaan ialah menentukan pekerjaan apa saja yang harus dilakukan oleh kelompok, termasuk pemilihan alternatif keputusan untuk mencapai tujuan yang mencakup kegiatan pengambilan keputusan. Dalam perencanaan, terdapat beberapa faktor dalam *Planning* yang patut untuk dipertimbangkan, yaitu :

1. *Specific*, yaitu berarti sebuah perencanaan harus jelas apa maksud dan tujuannya beserta ruang lingkupnya.
2. *Measurable*, yaitu suatu tingkat keberhasilan yang dapat diukur dari program kerja dan rencana yang dibuat.
3. *Achievable*, yaitu sesuatu yang bisa tercapai dan dapat diwujudkan, bukan hanya sekedar planning.
4. *Realistic*, yaitu sesuatu yang sesuai dengan kemampuan dan sumber daya yang ada, harus seimbang akan tetapi tetap ada tantangan didalamnya.
5. *Time*, yaitu ada batas waktu yang jelas, sehingga bisa dinilai dan dievaluasi.

Alasan mengapa sebuah perencanaan harus dilakukan dalam sebuah kampanye karena sebuah perencanaan yang tepat dapat memfokuskan usaha, mengembangkan sudut pandang berjangka waktu panjang, meminimalisir kegagalan, mengurangi konflik dan memperlancar kerjasama dengan pihak lain. (Gregory, Simmons dalam Venus, 2004),

### 2. *Organizing* (Perorganisasian)

*Organizing* adalah proses kegiatan dalam menyusun struktur organisasi sesuai dengan tujuan-tujuan, sumber-sumber dan lingkungannya. Dengan demikian, hasil dari pengorganisasian itu berupa struktur organisasi.

*Organizing* terbagi ke beberapa bagian cakupan:

1. Membagi komponen-komponen kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan ke dalam kelompok-kelompok
2. Membagi tugas kepada seorang manajer untuk mengandakan pengelompokan tersebut
3. Menetapkan wewenang di antara kelompok atau unit-unit organisasi.
3. *Actuating* (Pelaksanaan)

*Actuating* atau disebut juga dengan “gerakan aksi” mencakup kegiatan yang dilakukan seorang manajer untuk mengawali dan melanjutkan kegiatan yang ditetapkan oleh unsur perencanaan dan perorganisasian agar tujuan-tujuan dapat tercapai. *Actuating* mencakup penetapan dan pemuasan kebutuhan manusiawi dari pegawai-pegawainya, memberi penghargaan, memimpin, mengembangkan dan memberi komponsasi kepada mereka.

4. *Controlling* (Pengawasan)

*Controlling* mencakup kelanjutan tugas untuk melihat apakah kegiatan-kegiatan dilaksanakan sesuai dengan rencana. Pelaksanaan kegiatan dievaluasi dan penyimpanan-penyimpanan yang tidak diinginkan diperbaiki supaya tujuan dapat tercapai dengan baik. Tujuan utama dari kegiatan pengawasan adalah menciptakan kegiatan-kegiatan manajemen yang dinamis dan terwujud secara efektif dan efisien. Sesuai dengan perannya dalam sebuah organisasi, *Controlling* memiliki beberapa fungsi utama, yaitu :

1. Mencegah terjadinya penyimpangan
2. Memperbaiki kelemahan dan kesalahan, serta menindak penyalahgunaan wewenang dalam organisasi.
3. Memperkuat rasa tanggung jawab dalam setiap individu
4. Mengambil tindakan korektif jika pelaksanaan menyimpang dari perencanaan atau standar yang telah ditetapkan oleh organisasi.

### **3. Strategi Promosi Kesehatan**

#### **3.1 Definisi Promosi Kesehatan**

Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia yang tertuang dalam Surat Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 1114/Menkes/SK/VII/2005, promosi kesehatan adalah 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. Sedangkan, WHO (*World Health Organization*) memberikan pengertian promosi kesehatan sebagai “*the process of enabling individuals and communities to increase control over the determinants of health and thereby improve their health*”, yaitu proses mengupayakan individu-individu dan masyarakat untuk meningkatkan kemampuan mereka mengendalikan faktor-faktor yang mempengaruhi kesehatan, sehingga dapat meningkatkan derajat kesehatannya.

Berdasarkan Piagam Ottawa (1986) yang merupakan acuan bagi penyelenggaraan promosi kesehatan di dunia termasuk Indonesia, ada lima komponen utama promosi kesehatan, yaitu :

1. Membangun kebijakan publik berwawasan kesehatan (*Build Healthy Public*)  
Artinya mengupayakan agar para penentu kebijakan di berbagai sektor dan tingkatan administrasi mempertimbangkan dampak kesehatan dari setiap kebijakan yang dibuatnya.
2. Menciptakan lingkungan yang didukung (*Create Supportive Environments*)  
Artinya menciptakan suasana lingkungan yang mendukung, sehingga masyarakat termotivasi untuk melakukan upaya yang positif bagi kesehatan.
3. Memperkuat gerakan masyarakat (*Strengthen Community Action*)  
Artinya memberikan dukungan terhadap kegiatan masyarakat agar lebih berdaya dalam upaya mengendalikan faktor-faktor yang mempengaruhi kesehatan.
4. Mengembangkan keterampilan individu (*Develop Personal Skill*)  
Artinya mengupayakan masyarakat mampu membuat keputusan yang efektif dalam upaya kesehatan, melalui pemberian informasi, pendidikan dan pelatihan yang memadai. Upaya ini akan lebih efektif dan efisien bila dilakukan melalui pendekatan tatanan (*setting*). Tatanan dibagi menjadi dua, yaitu tatanan berdasarkan interaksi manusia dan wilayah.
5. Reorientasi pelayanan kesehatan (*Reorient Health Services*)  
Artinya mengubah orientasi pelayanan kesehatan agar lebih mengutamakan upaya promotif dan preventif, tanpa mengesampingkan upaya kuratif dan rehabilitatif.  
(<http://opac.fkik.uin-alauddin.ac.id/repository/BK2005-G20.pdf>, diakses pada 17 Mei 2018)

### **3.2 Tujuan Promosi Kesehatan**

Promosi kesehatan memiliki beberapa tujuan yang pada dasarnya merupakan visi promosi kesehatan itu sendiri. Tujuan promosi kesehatan dapat dilihat dari beberapa hal, yaitu :

#### 1. Tujuan Promosi Kesehatan menurut WHO :

##### 1. Tujuan Umum

Mengubah perilaku individu atau masyarakat di bidang kesehatan

##### 2. Tujuan Khusus

1) Menjadikan kesehatan sebagai sesuatu yang bernilai bagi masyarakat.

2) Menolong individu agar mampu secara mandiri/berkelompok mengadakan kegiatan untuk mencapai tujuan hidup sehat.

3) Mendorong pengembangan dan penggunaan secara tepat sarana pelayanan kesehatan yang ada.

#### 2. Tujuan Operasional :

1. Agar masyarakat memiliki pengertian yang lebih baik tentang eksistensi dan perubahan-perubahan sistem dalam pelayanan kesehatan serta cara memanfaatkannya secara efisien dan efektif.

2. Agar masyarakat memiliki tanggung jawab yang lebih besar pada kesehatan diri, keselamatan lingkungan dan masyarakat.

3. Agar masyarakat melakukan langkah-langkah positif dalam mencegah terjadinya sakit, mencegah berkembangnya sakit menjadi lebih parah dan mencegah keadaan ketergantungan melalui rehabilitasi cacat karena penyakit.

4. Agar masyarakat mempelajari apa yang dapat dia lakukan sendiri dan bagaimana caranya, tanpa selalu meminta pertolongan kepada sistem pelayanan kesehatan yang normal

(<http://bppsdmk.kemkes.go.id/pusdiksdmk/wp-content/uploads/2017/08/Promkes-Komprehensif.pdf>, diakses pada 17 Mei 2018)

### **3.3 Strategi Promosi Kesehatan**

Untuk dapat mewujudkan promosi kesehatan, diperlukan suatu langkah strategi yang tepat. Strategi adalah cara yang digunakan untuk mencapai apa yang diinginkan dalam promosi kesehatan. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 1193/Menkes/SK/X/2004 tentang Kebijakan Nasional Promosi Kesehatan dan Surat

Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 1114/Menkes/SK/VII/2005 tentang Pedoman Pelaksanaan Promosi Kesehatan di Daerah, strategi dasar utama promosi kesehatan adalah :

1. Pemberdayaan

Pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk menumbuhkan dan meningkatkan pengetahuan, kemauan dan kemampuan individu, keluarga dan masyarakat untuk mencegah penyakit, meningkatkan kesehatannya, menciptakan lingkungan sehat serta berperan aktif dalam penyelenggaraan setiap upaya kesehatan. Upaya ini dilakukan melalui penyuluhan kesehatan.

2. Bina Suasana

Bina suasana adalah upaya untuk menciptakan suasana atau lingkungan sosial yang mendorong individu, keluarga dan masyarakat untuk mencegah penyakit dan meningkatkan kesehatannya serta menciptakan lingkungan sehat dan berperan aktif dalam setiap upaya penyelenggaraan kesehatan.

3. Advokasi

Advokasi merupakan upaya atau proses yang terencana untuk mendapatkan komitmen dan dukungan dari pihak-pihak yang terkait seperti pihak pembuat keputusan dan penentu kebijakan dalam bidang kesehatan, agar masyarakat di lingkungan puskesmas berdaya untuk mencegah serta meningkatkan kesehatannya serta menciptakan lingkungan sehat.

4. Kemitraan

Dalam pemberdayaan, bina suasana dan advokasi, prinsip kemitraan harus ditegakkan. Kemitraan dikembangkan antara petugas kesehatan dengan sasarannya (pasien atau pihak lain) dalam pelaksanaan pemberdayaan, bina suasana dan advokasi. Selain itu, kemitraan dikembangkan untuk meningkatkan efektivitas promosi kesehatan, petugas kesehatan harus bekerjasama dengan berbagai pihak terkait, misalnya kelompok profesi, pemuka agama, LSM, media massa, dan lain-lain. Tiga prinsip dasar kemitraan yang harus diperhatikan adalah:

- 1) Kesetaraan. Kesetaraan menghendaki tidak diciptakannya hubungan yang bersifat hierarkis (atas-bawah). Semua harus diawali dengan kesediaan menerima bahwa masing-masing berada di kedudukan yang sederajat.
- 2) Keterbukaan. Dalam setiap langkah menjalin kerjasama, diperlukan adanya kejujuran dari masing-masing pihak. Setiap usul/saran/komentar harus disertai dengan itikad yang jujur, sesuai fakta, tidak menutup-tutupi sesuatu.
- 3) Saling menguntungkan. Solusi yang diajukan hendaknya mengandung keuntungan di semua pihak (win-win solution).

(<http://www.depkes.go.id/resources/download/promosi-kesehatan/pedoman-pelaksanaan-promosi-kesehatan-di-puskesmas.pdf>, diakses pada 17 Mei 2018)

## G. Metodologi Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian mengenai Kampanye Komunikasi oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung dalam Mensosialisasikan GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan metode kualitatif. Menurut McMillan dan Schumacher (2003), penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan yang juga disebut pendekatan investigasi karena biasanya peneliti mengumpulkan data dengan cara bertatap muka langsung dan berinteraksi dengan orang-orang di tempat penelitian. Penelitian kualitatif digunakan untuk memberikan wawasan dan pengetahuan serta informasi tambahan tentang suatu fenomena yang belum diketahui secara umum oleh orang banyak. Kemudian, penelitian deskriptif kualitatif yang menjadi spesifikasi jenis penelitian yang dilakukan merupakan jenis penelitian untuk mendeskripsikan suatu fenomena yang terjadi tanpa dilakukan manipulasi ataupun rekayasa sehingga data yang disajikan sesuai dengan kondisi sesungguhnya. (Sukmadinata, 2011). Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, dimana peneliti hendak menggali informasi apa adanya dari subyek penelitian.

### 2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 2 (dua) bulan sebagai proses pencarian dan pengambilan data yang diperlukan peneliti dalam penelitian ini. Lokasi penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti adalah Kantor Dinas Kesehatan Provinsi Lampung yang beralamatkan di Jalan Dokter Susilo No.46, Pahoman, Enggal, Kota Bandar Lampung, Lampung, 35213.

No.	Narasumber	Jabatan	Tanggal Wawancara
1.	dr. Asih Hendrastuti, M.Kes	Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan PM	23 November 2018
2.	M. Muqouwis AT, SKM, M.Kes	Fungsional PKM Madya Dinas Kesehatan Provinsi Lampung	28 September 2018

3.	Tara Lovia	Warga Kabupaten Lampung Timur	30 November 2018
----	------------	-------------------------------	------------------

### 3. Narasumber Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menuju narasumber penelitian yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian yakni pihak dari Bidang Bina Sumber Daya Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat melalui Seksi Promosi Kesehatan dan Jaminan Pemeliharaan Kesehatan Masyarakat di Dinas Kesehatan Provinsi Lampung.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun proses pengumpulan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa hal sebagai berikut :

#### 1. Metode Pengamatan atau Observasi

Metode observasi didefinisikan sebagai teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan. Tetapi, tidak semua perlu diamati oleh peneliti, hanya hal-hal yang terkait atau relevan dengan data yang dibutuhkan (Patilima, 2007). Pada metode ini, peneliti melakukan pengamatan terhadap situasi dan suasana kantor, serta melakukan pengamatan terhadap kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung terutama kegiatan GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat).

#### 2. Wawancara

Wawancara juga merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini. Wawancara didefinisikan sebagai metode berbentuk percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan (Moleong, 2011). Wawancara dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan list atau daftar pertanyaan sebagai panduan wawancara yang kemudian diajukan oleh peneliti kepada informan penelitian (Patilima, 2007). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara terstruktur yaitu wawancara yang bersifat formal dan terdiri dari

sejumlah pertanyaan dan sejumlah jawaban, dimana pewawancara tinggal memberi tanda cek pada pilihan jawaban yang sesuai dengan jawaban terwawancara.

### 3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2012), dokumentasi merupakan sebuah catatan peristiwa yang sudah terjadi atau sudah berlalu. Bentuk-bentuk dari dokumen dapat menyerupai tulisan, gambar, grafik ataupun karya-karya monumental dari seseorang. Data yang dapat diperoleh oleh peneliti melalui metode dokumentasi ini yaitu berupa berita kegiatan di media massa dan foto-foto kegiatan kampanye GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung.

### 5. Teknik Analisis Data

Menurut Miles and Huberman sebagaimana dikutip oleh Patilima (2007), analisis data kualitatif akan memuat atau memunculkan data berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka. Analisis data penelitian kualitatif dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dikaji sehingga dapat dibuat suatu kesimpulan untuk disampaikan kepada orang lain (Patilima, 2007). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman untuk menganalisa data-data yang telah didapatkan dalam penelitian. Model ini terdiri dari beberapa tahapan analisis data yang dijelaskan sebagai berikut :

#### 1. Reduksi Data

Menurut Patilima (2007), reduksi data didefinisikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan lapangan. Reduksi data merupakan tahapan pemilihan dan perangkuman dari data-data dan informasi yang diperoleh, kemudian hanya fokus pada hal-hal pokok yang hanya memiliki keterkaitan dengan topik penelitian serta membuang yang dianggap tidak perlu. Tahapan reduksi kemudian akan lebih spesifik dan mempermudah peneliti untuk fokus dan terarah serta mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

#### 2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data didefinisikan sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Patilima, 2007). Pada tahap ini, hasil reduksi data kemudian disajikan dalam bentuk narasi, bagan, diagram, dan lain sejenisnya untuk menghasilkan informasi yang dapat disimpulkan. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Concluding Drawing and Verification*)

Tahapan terakhir yang dilakukan oleh peneliti adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Setelah melakukan berbagai tahapan dimulai dari perumusan ide dan tema penelitian, proses reduksi dan penyajian data hingga peneliti dapat menarik suatu kesimpulan. Penarikan kesimpulan tersebut merupakan jawaban atas permasalahan yang diteliti oleh peneliti. Setelah melakukan penarikan kesimpulan peneliti kemudian melakukan verifikasi sebagai upaya untuk menemukan pembenaran dan persetujuan atas permasalahan penelitian dengan tujuan untuk mencapai validitas (Patilima, 2007).



## BAB II

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### A. Profil Dinas Kesehatan Provinsi Lampung



**Gambar 2.1**

#### **Kantor Dinas Kesehatan Provinsi Lampung**

*Sumber : Dokumentasi Pribadi*

##### **1. Sejarah Dinas Kesehatan Provinsi Lampung**

Pada tahun 1959, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia membentuk Dinas Pembasmian Malaria di Provinsi Lampung. Presiden Soekarno secara simbolis melakukan penyemprotan ADT ke rumah-rumah pada tanggal 12 November 1959, yang kemudian hari tersebut menjadi Hari Kesehatan Nasional. Kemudian, pada Januari 1963 Dinas Pembasmian Malaria namanya diubah menjadi Komando Operasi Pemberantasan Malaria (KOPEM). Pembentukan KOPEM merupakan kegiatan kesehatan pertama yang dilaksanakan di Jawa, Bali dan Lampung. Setelah Pemerintah Daerah Provinsi Lampung dibentuk, disusun pula struktur organisasi dari Dinas Kesehatan Provinsi Lampung. Sedangkan, KOPEM menjadi kelembagaan pusat sebagai kantor wilayah kesehatan dibawah Kementerian Kesehatan. Dengan adanya Undang-Undang Otonomi Daerah maka terjadi peleburan antara Dinas Kesehatan dan Kantor Wilayah (KOPEM). Namun, saat ini seluruh lokasi yang sebelumnya menjadi lokasi KOPEM, dijadikan lokasi Dinas Kesehatan Provinsi Lampung. (Asih, wawancara, 23 November 2018)

##### **2. Visi dan misi Dinas Kesehatan Provinsi Lampung**

Dinas Kesehatan Provinsi Lampung merupakan sebuah lembaga pemerintah provinsi yang melaksanakan urusan pemerintahan khususnya di bidang kesehatan. Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga memiliki visi dan misi sebagai landasan dasar dalam memenuhi kepentingan dan tujuan dinas yang bersangkutan. Adapun visi dari Dinas Kesehatan Provinsi Lampung ialah:

*“Sehat Modal Utama Menuju Lampung Sehat Maju & Sejahtera”*

Selain itu, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga memiliki janji pelayanan untuk masyarakat provinsi Lampung yaitu *“Melayani Masyarakat agar Sehat dan Mandiri”*. Kemudian, untuk mencapai visi yang telah ditentukan di atas, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung memiliki misi yang telah ditetapkan yaitu sebagai berikut :

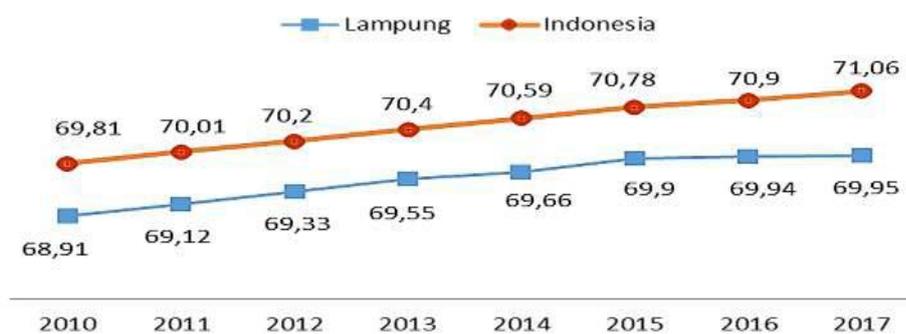
*“Meningkatkan kualitas pendidikan, kesehatan IPTEK dan inovasi, budaya masyarakat dan toleransi kehidupan beragama”*

### 3. Status Kesehatan Masyarakat

Berdasarkan laporan tahunan hasil pelaksanaan GERMAS di Provinsi Lampung (2017), diketahui bahwa kondisi kesehatan masyarakat di Provinsi Lampung mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini dibuktikan dari capaian Angka Harapan Hidup (AHH) yang terus meningkat. Namun, capaian AHH Provinsi Lampung pada tahun 2017 masih berada dibawah angka nasional yaitu 71,06. Angka Harapan Hidup (AHH) Provinsi Lampung dapat dilihat pada grafik di bawah ini :

**Grafik 2.1**

**Trend Angka Harapan Hidup Lampung dan Indonesia Tahun 2010-2017**



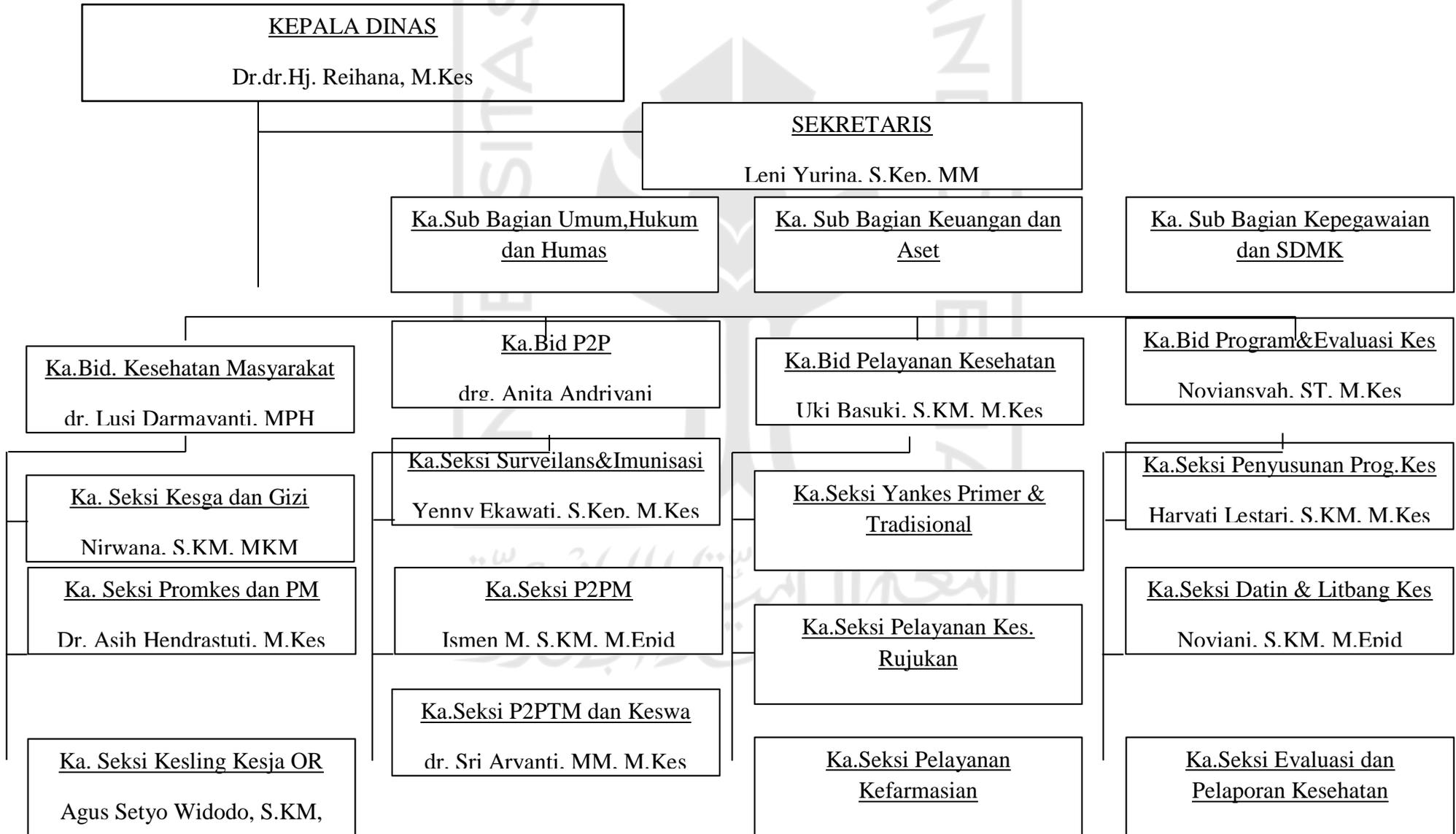
Sumber : Laporan Tahunan Hasil Pelaksanaan GERMAS di Provinsi Lampung 2017, hal.9

#### **4. Struktur Organisasi**

Dinas Kesehatan Provinsi Lampung yang beralamatkan di Jalan Dokter Susilo No.46, Pahoman, Enggal, Kota Bandar Lampung, Lampung, 35213 memiliki beberapa pejabat yang menduduki struktur organisasi Dinas Kesehatan Provinsi Lampung. Struktur organisasi ini berfungsi sebagai pembagian pekerjaan bagi tiap-tiap unsur staff pemerintahan. Struktur organisasi tersebut juga dapat memudahkan para staff pemerintahan untuk melakukan spesialisasi pekerjaan karena telah terspesifikasi secara jelas. Adapun struktur organisasi dari Dinas Kesehatan Provinsi Lampung berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 11 Tahun 2009 tentang Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Daerah Provinsi, Sekretariat, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi Lampung, ialah sebagai berikut :



STRUKTUR ORGANISASI DINAS KESEHATAN PROVINSI LAMPUNG





**Tabel 2.3**

**Struktur Organisasi Dinas Kesehatan Provinsi Lampung**

*Sumber : Arsip Dinas Kesehatan Provinsi Lampung*

**5. Tugas Pokok dan Fungsi**

Berdasarkan Peraturan Daerah nomor 13 Tahun 2009 yang selanjutnya dijabarkan pada Peraturan Gubernur nomor 34 tahun 2010 tentang Rincian Tugas, Fungsi, dan Tata kerja Dinas-Dinas Daerah pada Pemerintah Provinsi Lampung dijelaskan mengenai beberapa tugas pokok dan fungsi yang harus dilaksanakan. Adapun tugas pokok dari Dinas Kesehatan Provinsi Lampung tersebut ialah melaksanakan urusan Pemerintahan Provinsi khususnya di bidang kesehatan berdasarkan asas otonomi yang menjadi wewenang, tugas dekonsentrasi dan tugas pembantuan yang diberikan Pemerintah kepada Gubernur serta tugas lain sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh Gubernur berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kemudian, fungsi dari Dinas Kesehatan Provinsi Lampung antara lain :

1. Perumusan kebijakan kesehatan skala Provinsi, pengaturan, perencanaan dan penetapan standar/pedoman
2. Pengelolaan dan pemberian rekomendasi pertimbangan teknis izin sarana dan prasarana kesehatan khusus seperti Rumah Sakit Jiwa, Rumah Sakit Kusta dan Rumah Sakit Kanker
3. Pelaksanaan Sertifikasi Teknologi Kesehatan dan Gizi
4. Pelaksanaan Surveilans Epidemiologi serta penanggulangan wabah penyakit menular dan tidak menular dan Kejadian Luar Biasa
5. Penempatan tenaga kesehatan strategis, pemindahan tenaga kesehatan tertentu antar Kabupaten/Kota serta penyelenggaraan pendidikan tenaga dan pelatihan kesehatan
6. Pembinaan, pengendalian, pengawasan dan koordinasi bidang Kesehatan
7. Penyelenggaraan upaya kesehatan berskala Provinsi dan yang belum dapat diselenggarakan oleh Kabupaten/Kota
8. Pelayanan administratif

9. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Gubernur sesuai dengan tugas dan fungsinya (Renstra Dinas Kesehatan Provinsi Lampung 2015-2019, hal 9)

1. Bidang Kesehatan Masyarakat

Bidang Kesehatan Masyarakat Dinas Kesehatan Provinsi Lampung yang diketuai oleh dr. Lusi Darmayanti, MPH ini merupakan bidang khusus yang mengurus terkait pelaksanaan perumusan dan kebijakan operasional di bidang kesehatan. Tugas pokok dari bidang Kesehatan Masyarakat yaitu mulai dari menyiapkan perumusan, pelaksanaan, pelaksanaan bimbingan teknis dan supervisi, pemantauan, evaluasi serta pelaporan kebijakan operasional di bidang peningkatan kesehatan keluarga, kesehatan lingkungan, kesehatan kerja dan olahraga, gizi masyarakat serta promosi kesehatan dan pemberdayaan masyarakat.

2. Seksi Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat

Seksi Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat merupakan salah satu seksi yang berada di bawah naungan Bidang Kesehatan Masyarakat. Seksi promosi kesehatan dan pemberdayaan masyarakat yang diketuai oleh dr. Asih Hendrastuti, M.Kes ini memiliki beberapa tugas dan fungsi yang harus dilaksanakan antara lain :

1. Menyiapkan perumusan kebijakan, pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria, pemberian bimbingan teknis dan supervisi dan pemantauan, evaluasi dan pelaporan di bidang komunikasi, informasi dan edukasi kesehatan, advokasi dan kemitraan, potensi sumber daya promosi kesehatan dan pemberdayaan masyarakat
2. Menyusun rencana kegiatan pelayanan promosi kesehatan berdasarkan data program dan ketentuan perundang-undangan yang berlaku sebagai pedoman kerja.
3. Mengkoordinir dan bertanggung jawab terhadap semua kegiatan seksi promosi kesehatan dan pemberdayaan masyarakat
4. Merencanakan, melaksanakan dan evaluasi kegiatan seksi promosi kesehatan dan pemberdayaan masyarakat
5. Melaksanakan kegiatan promosi kesehatan meliputi penyuluhan kesehatan, pembinaan PSM/UKBM, pembinaan PHBS dan fasilitator desa siaga serta koordinasi lintas program terkait sesuai dengan prosedur dan ketentuan perundang-undangan yang berlaku

6. Melaksanakan pemberdayaan Upaya Kesehatan Besumber Masyarakat (UKBM) yang meliputi Poskesdes, Posyandu, Saka Bakti Husada (SBH), Posstren, pos Usaha Kesehatan Kerja (UKK)
7. Membuat catatan dan laporan kegiatan di bidang tugasnya sebagai bahan informasi dan pertanggung jawaban kepada atasan; dan
8. Melaksanakan tugas kedinasan lainnya.



## BAB III

### TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan memaparkan hasil temuan data dan pembahasan yang berkaitan dengan topik penelitian yang berjudul “Kampanye Komunikasi GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung. Adapun temuan data yang berhasil peneliti kumpulkan diperoleh dari pelaksanaan observasi secara langsung dan wawancara dengan narasumber yang terkait. Temuan data tersebut akan penulis paparkan secara jelas dan lengkap sesuai dengan hasil wawancara dengan narasumber. Pada saat melakukan penelitian awal, peneliti terlebih dahulu menentukan narasumber yang akan dipilih sesuai dengan tema penelitian. Adapun narasumber dapat dilihat dalam tabel berikut :

No.	Narasumber	Jabatan	Tanggal Wawancara
1.	dr. Asih Hendrastuti, M.Kes	Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan PM	23 November 2018
2.	M. Muqouwis AT, SKM, M.Kes	Fungsional PKM Madya Dinas Kesehatan Provinsi Lampung	28 September 2018
3.	Tara Lovia	Warga Kabupaten Lampung Timur	30 November 2018

#### A. Program kampanye GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat)

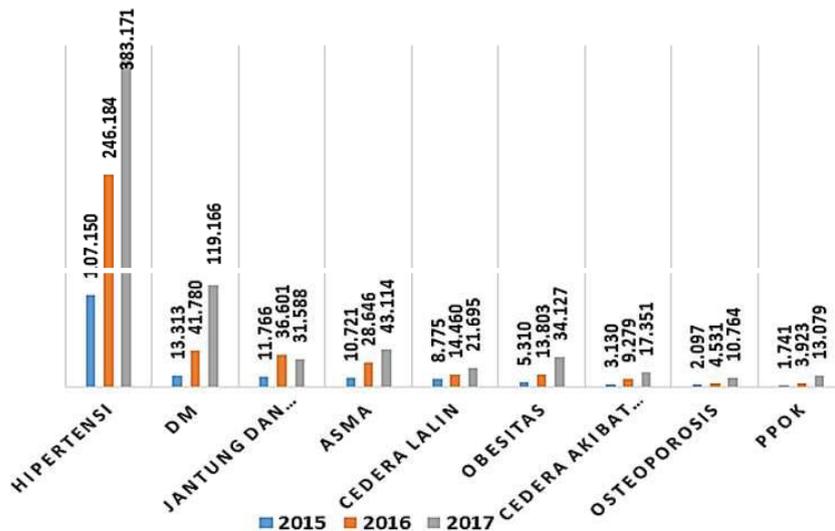
GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) merupakan tindakan yang terencana untuk dilakukan secara bersama-sama oleh seluruh masyarakat Indonesia dengan penuh kesadaran, kemauan dan kemampuan berperilaku hidup sehat untuk meningkatkan kualitas hidup masing-masing. Kampanye ini dilakukan agar masyarakat berperilaku sehat sehingga berdampak pada kesehatan terjaga, masyarakat lebih produktif, lingkungan bersih dan biaya untuk obat berkurang. Adanya kampanye ini disebabkan oleh masalah penyakit *triple burden*, yaitu masih tingginya penyakit infeksi, meningkatnya penyakit tidak menular (PTM) dan penyakit-penyakit yang seharusnya sudah teratasi muncul kembali. (<http://www.depkes.go.id/article/print/16111400001/menkes-kesehatan-harus-dijaga-melalui-gaya-hidup-sehat-dan-ikut-jkn-.html>, diakses pada tanggal 18 Juli 2019)

Kampanye GERMAS memiliki beberapa tujuan khusus, yaitu :

1. Meningkatkan partisipasi dan peran serta masyarakat untuk hidup sehat
2. Meningkatkan produktivitas masyarakat
3. Menggerakkan masyarakat dalam berperilaku hidup sehat
4. Membangkitkan rasa tanggung jawab bersama bahwa hidup sehat harus diawali dari diri sendiri, keluarga dan masyarakat
5. Menjadi momentum strategis sebagai tonggak awal dimulainya gerakan masyarakat hidup sehat
6. Menggerakkan seluruh komponen bangsa untuk sehat
7. Menggali/mengenalikan sumber daya, potensi, dan kearifan lokal yang dimiliki masyarakat dalam mencapai hidup sehat
8. Menurunkan beban penyakit
9. Menurunkan beban pembiayaan pelayanan kesehatan karena meningkatnya penyakit dan pengeluaran kesehatan

Berdasarkan data pada tahun 2015, yang menempati urutan tertinggi di pelayanan kesehatan bukan penyakit menular, melainkan penyakit tidak menular (PTM) seperti stroke, penyakit jantung coroner (PJK), kanker dan diabetes. (<http://www.depkes.go.id/article/view/16111500002/germas-wujudkan-indonesia-sehat.html>, diakses tanggal 17 Juli 2019). Penyakit Tidak Menular (PTM) di Provinsi Lampung mengalami peningkatan yang signifikan, ini terlihat dari jumlah penderita PTM tahun 2017 yang mengalami peningkatan bila dibandingkan dengan jumlah penderita tahun 2015 dan 2016. Jumlah penderita Penyakit Tidak Menular di Provinsi Lampung dapat dilihat pada grafik di bawah ini.

Grafik 3.1 Jumlah Penderita Penyakit Tidak Menular  
di Provinsi Lampung tahun 2015 - 2017



Sumber : Laporan Tahunan Kegiatan GERMAS 2017, hal 8

Meningkatnya penyakit tidak menular (PTM) dapat menurunkan produktivitas dan kualitas generasi bangsa. Selain itu, PTM juga akan berdampak pada besarnya beban pemerintah. Karena PTM membutuhkan biaya yang besar. Pada akhirnya, kesehatan akan sangat mempengaruhi pembangunan sosial dan ekonomi. Kampanye yang dicanangkan pada tanggal 15 November 2016 ini dilaksanakan oleh masyarakat Indonesia berdasarkan Instruksi Presiden Republik Indonesia No.1 Tahun 2017 tentang Gerakan Masyarakat Hidup Sehat. Kemudian untuk menindaklanjuti Instruksi Presiden tersebut, Gubernur Provinsi Lampung pun mengeluarkan arahnya melalui Peraturan Gubernur No. 38 Tahun 2017 tentang Pedoman Pelaksanaan GERMAS di Provinsi Lampung. Hal ini dikatakan oleh Muqouwis dalam wawancara berikut ini :

*“yang melatarbelakangi adanya GERMAS ini adalah InPres No.1 Tahun 2017. Dalam instruksi tersebut, sudah dijelaskan untuk semua jajaran organisasi perangkat daerah agar bersama-sama melakukan GERMAS”* (M. Muqouwis AT, SKM, M.Kes, Fungsional PKM Madya Dinas Kesehatan Provinsi Lampung, wawancara pada tanggal 28 September 2018)

## **B. Promosi Kesehatan dalam melaksanakan Kampanye GERMAS oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung**

Kampanye GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) yang dilaksanakan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung ini termasuk kedalam ruang lingkup komunikasi kesehatan. Dimana ruang lingkup komunikasi kesehatan antara lain pencegahan penyakit (preventif),

promosi kesehatan, kebijakan pemeliharaan kesehatan serta peningkatan kualitas hidup dan kesehatan individu dalam masyarakat. Komunikasi kesehatan terbagi menjadi dua tujuan yaitu sebagai tujuan strategis dan tujuan praktis. Dalam tujuan strategis yang pertama yaitu *relay information*, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung mengadakan pertemuan dengan SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) Kab/Kota se Provinsi Lampung untuk sosialisasi kampanye GERMAS dan penggalangan komitmen untuk melakukan pelaksanaan GERMAS. Dengan adanya pertemuan ini, diharapkan seluruh SKPD Kab/Kota dapat meneruskan informasi tersebut secara berantai kepada petugas kesehatan dan seluruh masyarakat Kab/Kota untuk melaksanakan kampanye GERMAS.

Kemudian tujuan strategis yang kedua yaitu *enable informed decision making*. Dalam hal ini, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat Lampung khususnya dalam bidang pencegahan penyakit tidak menular. Lalu tujuan strategis selanjutnya yaitu *promote peer information exchange*, dimana Dinas Kesehatan Provinsi Lampung berharap masyarakat yang sudah mengetahui pesan kampanye GERMAS dapat menyebarkan informasi tersebut kepada masyarakat lain secara luas. Kemudian tujuan selanjutnya adalah *promote self care*. Dalam hal ini, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung berharap masyarakat Lampung dapat memelihara kesehatan dirinya secara rutin, memiliki rasa tanggung jawab bahwa hidup sehat harus diawali dari diri sendiri, keluarga dan masyarakat serta dapat menjaga lingkungan sosial yang sehat. Kemudian tujuan strategis yang terakhir yaitu *manage demand for health service*. Dalam hal ini, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung telah melakukan pelatihan untuk tenaga kesehatan kab/kota dengan tujuan menyiapkan tenaga terlatih agar masyarakat dapat memeriksakan kesehatannya di layanan kesehatan terdekat.

Sedangkan dalam tujuan praktis komunikasi kesehatan yang selaras dengan tujuan praktis kampanye GERMAS yaitu dapat meningkatkan kemampuan dan keterampilan pelaku kesehatan serta komunikator diharapkan dapat menyusun pesan verbal dan nonverbal dengan baik dan memilih media yang sesuai dengan target. Dinas Kesehatan Provinsi Lampung menyampaikan informasi melalui berbagai media yaitu media cetak, media sosial dan media elektronik yang disusun secara berangkai dengan konten yang menarik. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian target sasaran yaitu masyarakat.

Kemudian informasi yang disampaikan Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga bertujuan dalam perilaku hidup sehat masyarakat serta cara memelihara kesehatan pada diri

sendiri. Dalam tujuan praktisnya, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung dalam melakukan kampanye ini juga dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui beberapa kegiatan seperti memberikan himbauan untuk makan buah dan sayur serta aktivitas fisik minimal 30 menit per hari, pelatihan dalam menyediakan pangan yang sehat dan dapat mempercepat perbaikan gizi dan pelatihan Upaya Berhenti Merokok (UBM) bagi tenaga kesehatan dan tenaga pendidik. Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga mendapatkan fasilitas dari pemerintah yang memadai.

Dalam melaksanakan kampanye GERMAS, promosi kesehatan juga menjadi strategi yang penting untuk mengupayakan individu-individu dan masyarakat untuk meningkatkan kemampuan mereka mengendalikan faktor-faktor yang mempengaruhi kesehatan, sehingga dapat meningkatkan derajat kesehatannya. Untuk dapat mewujudkan promosi kesehatan, diperlukan suatu langkah strategi yang tepat. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 1193/Menkes/SK/X/2004 tentang Kebijakan Nasional Promosi Kesehatan dan Surat Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 1114/Menkes/SK/VII/2005 tentang Pedoman Pelaksanaan Promosi Kesehatan di Daerah, strategi dasar utama promosi kesehatan adalah :

1. Bina Suasana

Bina suasana adalah upaya untuk menciptakan suasana atau lingkungan sosial yang mendorong individu, keluarga dan masyarakat untuk mencegah penyakit dan meningkatkan kesehatannya serta menciptakan lingkungan sehat dan berperan aktif dalam setiap upaya penyelenggaraan kesehatan. Sebelum adanya kampanye GERMAS di Provinsi Lampung, sebenarnya Dinas Kesehatan Provinsi Lampung telah melaksanakan berbagai program kegiatan yang menunjang masyarakat untuk menciptakan lingkungan yang sehat. Kegiatan-kegiatan tersebut antara lain Program Kota Sehat dan Program Sanitasi Berbasis Masyarakat yang bertujuan agar Kabupaten/Kota dapat bersih dan sehat untuk dihuni. Serta dapat dijadikan tempat bekerja yang nyaman sehingga dapat meningkatkan sarana, produktivitas dan perekonomian masyarakatnya. Hal ini disampaikan oleh Muqouwis dalam wawancara berikut ini :

*“Dari sebelum adanya Instruksi Presiden untuk melaksanakan gernas, sebenarnya kita sudah banyak program seperti itu salah satunya kota sehat dan program sanitasi berbasis masyarakat.”* (M. Muqouwis AT, SKM, M.Kes, Fungsional PKM Madya Dinas Kesehatan Provinsi Lampung, wawancara pada tanggal 28 September 2018)

2. Kemitraan

Kemitraan dikembangkan untuk meningkatkan efektivitas promosi kesehatan, petugas kesehatan harus bekerjasama dengan berbagai pihak terkait, misalnya kelompok profesi, LSM, media massa dll. Dalam hal ini, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung bekerjasama dengan beberapa lembaga/organisasi masyarakat, seperti Badan Kerja Sama Organisasi Wanita (BKOW), Fatayat NU, Aisyiyah, Ikatan Istri Dokter Indonesia (IIDDI), Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS Kesehatan), Pimpinan Wilayah Muslimat NU Provinsi Lampung, Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan dan Yayasan Kanker Indonesia Cabang Lampung. Organisasi-organisasi tersebut telah melakukan kegiatan GERMAS dengan anggarannya sendiri. Sehingga anggaran kampanye GERMAS tidak hanya dari APBN dan APBD melainkan dari pihak non pemerintah juga. Adapun kerjasama ini dilakukan untuk mencapai tujuan yang optimal dengan cara yang lebih efektif. Hal ini disampaikan oleh dr.Asih dalam wawancara berikut ini :

*“Kemudian pendanaan lain yang tidak mengikat misalnya kita memiliki beberapa teman dari organisasi masyarakat (Ormas) seperti fatayat NU, aisyiah, itu kan memiliki pembiayaan sendiri yang berasal dari organisasinya. Jadi dia juga melakukan kegiatan GERMAS. Jadi tidak melulu menggunakan anggaran negara. Bahkan CSR dari beberapa perusahaan juga bisa melakukan GERMAS”* (dr.Asih Hendrastuti, M.Kes, Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan PM, wawancara pada tanggal 23 November 2018)

Hal serupa juga disampaikan oleh Muqouwis, bahwa yang melaksanakan kegiatan kampanye GERMAS tidak hanya dari sektor kesehatan, melainkan seluruh sektor yang tergabung dalam forum komunikasi GERMAS dan Pemerintah Desa juga harus menggalakkan kampanye GERMAS secara serentak.

*“kegiatan ini tidak hanya dilaksanakan oleh pihak Promosi Kesehatan Dinas Kesehatan, namun pihak dari anggota forum GERMAS seperti dinas perikanan, dinas pemuda olahraga dan lainnya juga memiliki kegiatan kampanye yang berhubungan dengan GERMAS. Kemudian PMD (Pemerintahan Desa), mereka memiliki dana desa yang dapat dialokasikan untuk sektor kesehatan. Jadi bukan dinas kesehatan saja yang melakukan kegiatan, harapannya semua UPD baik kegiatan yang disertai pendanaan maupun tidak”* (M. Muqouwis AT, SKM, M.Kes, Fungsional PKM Madya Dinas Kesehatan Provinsi Lampung, wawancara pada tanggal 28 September 2018)

Selain bekerjasama dengan beberapa lembaga/organisasi masyarakat, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga bekerjasama dengan institusi lain salah satunya bank. Hal itu dilakukan dengan harapan acara tersebut lebih bermanfaat karena memberikan banyak pesan dan agar semakin ramai masyarakat yang hadir. Hal ini disampaikan oleh dr. Asih dalam wawancara berikut ini :

*“beberapa waktu yang lalu kami melakukan kampanye GERMAS di sebuah desa bersama-sama dengan axa mandiri, kita melakukan penyuluhan, pemeriksaan kesehatan dan makan buah bersama masyarakat” (dr.Asih Hendrastuti, M.Kes, Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan PM, wawancara pada tanggal 23 November 2018)*



**Gambar 3.1 Pelaksanaan Kampanye GERMAS dan Literasi Keuangan bersama AXA Mandiri**

*Sumber : Arsip Dinas Kesehatan Provinsi Lampung*

### 3. Pemberdayaan

Pemberdayaan merupakan upaya untuk meningkatkan pengetahuan, kemauan dan kemampuan individu, keluarga dan masyarakat untuk mencegah penyakit, meningkatkan kesehatannya serta berperan aktif dalam penyelenggaraan setiap upaya kesehatan. Upaya ini dilakukan melalui penyuluhan kesehatan. Agar upaya tersebut dapat tercapai, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung mengadakan beberapa penyuluhan kesehatan kepada masyarakat terutama petugas kesehatan.

### 4. Advokasi

Advokasi merupakan upaya atau proses yang terencana untuk mendapatkan komitmen dan dukungan dari pihak-pihak yang terkait seperti pihak pembuat keputusan dan penentu kebijakan dalam bidang kesehatan, agar masyarakat di lingkungan puskesmas berdaya untuk mencegah serta meningkatkan kesehatannya serta menciptakan lingkungan sehat.

## **C. Kampanye GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) yang dilaksanakan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung**

## **1. Media yang digunakan dalam Kampanye Komunikasi GERMAS oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung**

Dari data yang ditemukan dalam penelitian ini bahwa Dinas Kesehatan Provinsi Lampung menggunakan dua saluran komunikasi yaitu komunikasi secara langsung dan komunikasi secara tidak langsung, yaitu :

### **a. Komunikasi Langsung**

Dari hasil penelitian, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung menggunakan komunikasi langsung dengan melakukan kegiatan tatap muka (*face to face*) secara langsung seperti melakukan sosialisasi terkait kampanye GERMAS terhadap masyarakat di kota/kabupaten, lembaga pendidikan, lembaga pemasyarakatan, pondok pesantren dan posyandu lanjut usia. Selain itu Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga mengadakan kegiatan senam bersama dengan kreasi adat lampung, makan buah dan sayur bersama serta pemeriksaan kesehatan gratis. Kemudian memberikan pelatihan untuk inovasi terhadap pangan sehat dan perbaikan gizi dengan membuat produk makanan yang berasal dari daun kelor dan daun pegagan, kemudian mengadakan pelatihan Upaya Berhenti Merokok (UBM) bagi tenaga kesehatan dan tenaga pendidik serta pelatihan keluarga sehat sejahtera (P3KSS). Dengan melalui komunikasi tatap muka (*interpersonal*) yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung dapat mempengaruhi perilaku masyarakat secara langsung.

### **b. Komunikasi Tidak Langsung**

#### *1) Below The Line*

Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga menggunakan komunikasi tidak langsung untuk menginformasikan dan mengkomunikasikan kegiatan yang dilaksanakan dengan melakukan publikasi melalui media online seperti website, instagram, facebook, twitter dan youtube, serta menggunakan media cetak seperti poster terkait informasi kampanye GERMAS.

Penggunaan media juga menjadi perhatian Dinas Kesehatan Provinsi Lampung, karena media merupakan alat menyampaikan pesan yang sangat efektif bagi masyarakat. Adapun media yang digunakan dalam mempromosikan kampanye ini yaitu media cetak yaitu poster yang berisi informasi seputar GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) dan media radio. Selain itu Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga melakukan publikasi melalui media online seperti website, instagram, facebook, twitter dan youtube. Beberapa media yang telah disebutkan diatas akan dipaparkan sebagai berikut :

a. Website



Gambar 3.15 Website sebagai media promosi kampanye Germas

Website [www.dinkes.lampungprov.go.id](http://www.dinkes.lampungprov.go.id) ini digunakan Dinas Kesehatan Provinsi Lampung sebagai media publikasi dalam menginformasikan kampanye GERMAS. Konten-konten yang dipublikasikan antara lain berita kegiatan dan infografis menarik terkait kampanye-kampanye yang diselenggarakan Dinas Kesehatan Provinsi Lampung. Selain itu, dalam website ini juga berisikan informasi tentang Dinas Kesehatan Provinsi Lampung seperti visi dan misi, profil, sejarah, layanan publik dan informasi tentang penyakit lainnya. Pada halaman depan website, terdapat *running text* dengan tulisan “Ayo..lakukan Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) dengan melakukan aktivitas fisik minimal 30 menit setiap hari”. Dalam website ini terdapat *backsound* percakapan antara Ses, Adin, Kiyay dan Atu yang merupakan panggilan untuk saudara perempuan dan laki-laki dalam bahasa Lampung. Percakapan tersebut membahas pentingnya makan buah dan sayur serta melakukan aktivitas fisik. Kemudian terdapat *hashtag* #LampungSehatBerjaya dan #GERMAS pada setiap artikelnya.

b. Instagram



**Gambar 3.16 Instagram @dinkeslampung sebagai media promosi kampanye GERMAS**

Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga menggunakan Instagram @dinkeslampung sebagai media promosi dalam berkampanye, salah satunya adalah kampanye GERMAS. Dengan jumlah followers sebanyak 64.300 followers, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung yakin media ini sangat efektif untuk memberikan informasi dan menarik perhatian masyarakat terhadap program-program kesehatan yang dimilikinya. Akun @dinkeslampung ini mengunggah foto-foto kegiatan yang diselenggarakan Dinas Kesehatan Provinsi Lampung khususnya kampanye GERMAS, pesan-pesan kesehatan yang ditampilkan melalui infografis dengan desain yang *eyecatching*, lalu terdapat IGTV tentang peregang badan di di tempat kerja, yang termasuk dalam kampanye GERMAS.

c. Facebook



Gambar 3.17 Facebook sebagai media promosi kampanye Germas

Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga menggunakan Facebook sebagai media promosi dalam kampanye. Dalam Facebook ini juga banyak menginformasikan terkait kampanye GERMAS serta menginformasikan adanya kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung. Pada setiap unggahannya, akun Dinas Kesehatan Provinsi Lampung menggunakan hashtag #LampungBerjaya #LampungSehatNews.

d. Twitter



Gambar 3.18 Twitter sebagai media promosi kampanye Germas

Dinas Kesehatan Provinsi Lampung menggunakan Twitter sebagai media promosinya karena umumnya masyarakat lebih aktif di media sosial Twitter dan Instagram. Informasi yang disebarakan melalui media sosial tentunya akan lebih mudah diketahui orang banyak. Twitter dengan followers 1.717 ini berisikan berita dan foto kegiatan yang dilaksanakan Dinas Kesehatan Provinsi Lampung.

e. Youtube



**Gambar 3.19 Youtube sebagai media promosi kampanye GERMAS**

Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga menggunakan youtube sebagai media promosi. Dalam akun youtube tersebut Dinas Kesehatan mengunggah video-video kegiatan kampanye, iklan layanan masyarakat dan video aktivitas fisik berupa senam. Dalam video kegiatan kampanye GERMAS, terdapat rangkaian kegiatan yaitu pemeriksaan kesehatan secara gratis, penyuluhan tentang berbagai penyakit dan bagaimana pencegahannya, makan buah bersama dan senam gERMAS bersama masyarakat. Akun youtube ini sudah memiliki sebanyak 217 *Subscribers*.

f. Poster



Gambar 3.20 Poster sebagai media promosi kampanye Germas

Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga menggunakan media cetak poster sebagai media promosinya. Dalam poster yang pertama berisikan informasi mengenai definisi GERMAS, bentuk-bentuk kegiatan GERMAS dan fokus kegiatan GERMAS pada tahun 2017. Kemudian poster yang kedua berisikan pesan kampanye yaitu aktivitas fisik minimal 30 menit setiap hari. Dalam poster tersebut juga disampaikan manfaat yang akan diperoleh jika melakukan aktivitas tersebut secara teratur dalam jangka waktu tiga (3) bulan. Terdapat *vector graphics* Ses, Adin, Kiyay dan Atu sebagai *icon* kampanye Gerakan Masyarakat Hidup Sehat.

## 2) Above The Line

Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga melakukan talkshow dan membuat iklan layanan masyarakat yang membahas seputar kampanye GERMAS di media radio ASN Pemerintah Provinsi Lampung 107,9 FM. Radio tersebut merupakan radio komunitas milik Pemerintah Provinsi Lampung yang fungsi siarannya memberikan informasi/berita di lingkungan pemerintah provinsi. Dinas Kesehatan Provinsi Lampung melakukan hal ini

dengan harapan dapat menarik perhatian target sasaran.

a. Radio



**Gambar 3.21 Radio sebagai media promosi kampanye Germas**

Dinas Kesehatan Provinsi Lampung mengadakan talkshow dan membuat iklan layanan masyarakat yang membahas seputar kampanye GERMAS di media radio ASN Pemerintah Provinsi Lampung 107,9 FM. Radio tersebut merupakan radio komunitas milik Pemerintah Provinsi Lampung yang fungsi siarannya memberikan informasi/berita di lingkungan pemerintah provinsi. Dinas Kesehatan Provinsi Lampung melakukan hal ini dengan harapan dapat menarik perhatian target sasaran.

b. Pameran



**Gambar 3.22 Pameran Dinas Kesehatan di PKOR Wayhalim**



**Gambar 3.23 Pengunjung sedang mengikuti game Pohon Ilmu Siklus Kehidupan**

Kemudian dalam rangkaian lainnya Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga mengadakan pameran di event Pekan Raya Lampung, yang berlangsung di PKOR Wayhalim, Bandar Lampung. Di dalam pameran ini, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung memberikan informasi terkait GERMAS kepada masyarakat, pemeriksaan kesehatan secara gratis dan terdapat game “Pohon Ilmu Siklus Kehidupan” yang bisa dimainkan oleh pengunjung.

## **2. Tahapan Kampanye Komunikasi GERMAS oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model kampanye komunikasi sesuai dengan *Model of Communication Campaign* menurut Rosadi Ruslan yang mana terdapat penjelasan unsur-unsur dalam suatu kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung. Bentuk perencanaan setiap unsur-unsur dalam kampanye saling terkait dan berhubungan erat satu sama lain. Adapun unsur-unsur dari *Model of Communication Campaign* sebagai berikut :

### *a. Intended Effect*

Tahap ini merupakan efek yang diharapkan dari suatu kampanye melalui permasalahan dalam pelaksanaan tujuan kampanye komunikasi. Sehingga hal tersebut harus dirumuskan dengan jelas dan detail. Dengan begitu, penentuan elemen-elemen pendukung pencapaian hasil tersebut akan menjadi lebih mudah dan jelas. Dari penelitian yang dilakukan,

ditemukan data bahwa hasil kampanye yang diharapkan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung adalah masyarakat dapat membudayakan hidup sehat dan mampu mengubah kebiasaan-kebiasaan atau perilaku yang tidak sehat. Perilaku sehat yang dilaksanakan oleh masyarakat tersebut diharapkan akan berdampak kepada kesehatan masyarakat terjaga dengan adanya himbauan mengonsumsi buah dan sayur serta pemeriksaan kesehatan secara rutin.

Kemudian masyarakat menjadi produktif dengan adanya ajakan aktivitas fisik yang dilakukan teratur minimal 30 menit tiap hari. Selain itu adanya kampanye GERMAS diharapkan dapat terciptanya lingkungan yang bersih dengan adanya peningkatan kualitas lingkungan, serta biaya obat yang menjadi beban pemerintah dapat berkurang. Hal ini didasari fakta bahwa kesehatan masyarakat yang terganggu oleh PTM (Penyakit Tidak Menular) dan perilaku yang tidak sehat dapat menjadi beban yang luar biasa terhadap keuangan negara. Hal ini berdampak pula pada besarnya beban pemerintah karena penanganan PTM membutuhkan biaya yang besar. Seharusnya biaya tersebut dapat dikontribusikan pada pembangunan nasional.

#### *b. Competing Communication*

Pada tahap ini dimana dalam mencapai efektivitas pelaksanaan kampanye tidak terganggu oleh persaingan atau komunikasi yang bertentangan. Dari data yang ditemukan bahwa yang melatarbelakangi adanya GERMAS ini adalah Instruksi Presiden No.1 Tahun 2017. Dalam instruksi tersebut, telah dijelaskan untuk seluruh jajaran organisasi perangkat daerah agar bersama-sama melakukan GERMAS. Sehingga dalam pelaksanaan kampanye ini, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung tidak memiliki persaingan. Hal ini dikarenakan Dinas Kesehatan Provinsi Lampung merupakan suatu instansi pemerintah Provinsi Lampung yang menangani segala bentuk kesehatan yang ada di daerah Lampung.

#### *c. Communication Object*

Tahap ini menjelaskan suatu kampanye biasanya memiliki tema utama. Dalam penelitian ini ditemukan data bahwa Kementerian Kesehatan RI memiliki tema utama dalam melakukan kampanye GERMAS yaitu Indonesia Cinta Sehat dengan sub tema Masyarakat Hidup Sehat, Indonesia Kuat. Tema tersebut dapat direalisasikan dengan berfokus pada tiga kegiatan, yaitu melakukan aktivitas fisik, mengonsumsi buah dan sayur dan memeriksakan kesehatan secara rutin. Kegiatan tersebut dapat dilaksanakan mulai dari keluarga, karena keluarga adalah bagian terkecil dari masyarakat yang membentuk kepribadian, mulai dari proses pembelajaran hingga menuju kemandirian. Untuk mengkomunikasikan kampanye kepada

masyarakat, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung menyampaikan melalui pesan yang bersifat persuasif dan edukasi.

*d. Target Population and The Receiving Group*

Tahap ini merupakan dimana khalayak atau penduduk sebagai sasaran dari tujuan kampanye harus jelas, termasuk mengetahui kelompok masyarakat seperti anak - anak, orang dewasa, serta orang tua dan tokoh masyarakat sebagai komunikan (*receiver*). Dalam penelitian ini ditemukan data bahwa target sasaran dalam kampanye ini adalah masyarakat segala usia mulai dari anak kecil hingga orang dewasa khususnya pada lokus-lokus yang telah ditetapkan pemerintah pusat yaitu Kementerian Kesehatan RI. Disini Kementerian Kesehatan RI dapat menetapkan daerah-daerah yang bermasalah berdasarkan indikator pembangunan kesehatan yang diukur dalam IPKM (Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat). Hal ini disampaikan oleh Muqouwis dalam wawancara berikut ini :

*“Penetapan daerah-daerah yang dinyatakan bermasalah itu tidak sekedar Pemerintah menetapkan saja, tetapi berdasarkan data/survey. Sehingga didapatkan daerah-daerah yang bermasalah tersebut. Misalnya di Lampung daerah yang bermasalah stunting itu Lampung Timur dan Lampung Tengah. Jadi Dinas Kesehatan tidak perlu survey lagi, karena sudah dilakukan pemetaan oleh pusat, sehingga kita hanya menjalankan tugas saja”* (M. Muqouwis AT, SKM, M.Kes, Fungsional PKM Madya Dinas Kesehatan Provinsi Lampung, wawancara pada tanggal 28 September 2018)

*e. Message*

Tahap mengemas pesan dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Lampung untuk membangun *awereness* dan pengetahuan terkait pentingnya menjaga kesehatan bagi masyarakat. Agar dapat diterima masyarakat, Dinas Kesehatan pun memperhatikan pemilihan pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat. Isi pesan dari kampanye GERMAS tahun 2017 adalah yang pertama mengajak masyarakat untuk melakukan aktivitas fisik minimal 30 menit sehari yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Kemudian isi pesan dari kampanye GERMAS tahun 2017 yang kedua adalah pentingnya mengonsumsi buah dan sayur. Dalam hal ini masyarakat dijelaskan mengenai pentingnya mengonsumsi buah dan sayur agar dapat mencegah berbagai penyakit tidak menular dan meningkatkan daya tahan tubuh. Selain itu, dijelaskan juga kepada masyarakat bagaimana cara menghitung kebutuhan kalori tubuh masing-masing dan anjuran batas mengonsumsi gula, garam dan lemak.

Selanjutnya isi pesan dari kampanye GERMAS tahun 2017 yang ketiga adalah anjuran untuk memeriksa kesehatan secara rutin minimal 6 bulan sekali. Kegiatan ini bermanfaat

untuk mendeteksi sejak dini dan mencegah risiko apabila terdapat penyakit tidak menular. Selain itu, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga menguatkan program Indonesia Sehat Pendekatan Keluarga, peningkatan pendidikan mengenai gizi, perilaku hidup bersih dan sehat, keseimbangan dan pemberian air susu ibu (ASI eksklusif), penyediaan pangan sehat dan percepatan perbaikan gizi, peningkatan kualitas lingkungan, peningkatan pelaksanaan deteksi dini di Puskesmas dan penyusunan panduan pelaksanaan deteksi dini di pemerintah dan instansi swasta. Pesan yang dikomunikasikan kepada masyarakat ini bersifat persuasif yang mana dapat mempengaruhi perilaku masyarakat serta diharapkan dapat mengubah suatu pola tindakan masyarakat.

*f. The Communicator*

Selain menentukan pesan, komunikator juga dipilih dalam menyampaikan suatu pesan atau komunikasi dalam kampanye, seorang komunikator harus memiliki kemampuan untuk dapat dipercaya oleh khalayak dan memiliki daya tarik. Dari penelitian yang dilakukan, ditemukan data bahwa yang menyampaikan suatu pesan dalam kampanye GERMAS ini adalah divisi yang sesuai dengan materi yang akan disampaikan. Menurut Muqouwis, penentuan seperti ini diharapkan agar narasumber lebih memahami pesan kampanye secara mendalam. Hal ini disampaikan oleh Muqouwis dalam wawancara berikut ini :

*“tergantung pada materi apa yang akan dijelaskan. Misalnya pertemuan forum komunikasi yang kita kumpulkan adalah anggota forum perangkat daerah di Lampung, sehingga yang menjadi narasumbernya selain dari kepala dinas kesehatan yaitu ketua bappeda selaku ketua forum. Disesuaikan dengan kebutuhannya. Misal dibidang imunisasi, Kabid P2, kalau stunting Kabid Kesmas”* (M. Muqouwis AT, SKM, M.Kes, Fungsional PKM Madya Dinas Kesehatan Provinsi Lampung, wawancara pada tanggal 28 September 2018)

Dalam pelaksanaan kampanye GERMAS, pemateri yang menyampaikan pesan untuk melakukan aktivitas fisik adalah Kepala Seksi Kesehatan Lingkungan Kesehatan Kerja dan Olahraga yaitu Agus Setyo Widodo, S.KM, MKM dan dibantu oleh Kepala Dinas Kesehatan Provinsi Lampung dan Kepala Bidang Kesehatan Masyarakat. Kemudian pemateri yang menyampaikan pesan pentingnya makan buah dan sayur adalah Kepala Seksi Kesehatan Keluarga dan Gizi yaitu Nirwana, S.KM, MKM dan dibantu oleh Kepala Dinas Kesehatan Provinsi Lampung dan Kepala Bidang Kesehatan Masyarakat. Selanjutnya pemateri yang menyampaikan pesan untuk cek kesehatan rutin adalah Kepala Seksi P2PTM (Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Tidak Menular) dan Kesehatan Jiwa yaitu Ismen M, S.KM

M.Epid dan dibantu oleh Kepala Dinas Kesehatan Provinsi Lampung, Kepala Bidang P2P, Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS Kesehatan) dan Yayasan Kanker Indonesia Cabang Lampung.

*g. Obtained Effect*

Dengan adanya komunikator yang tepat, efek dari kampanye tersebut juga dapat menghasilkan dampak yang positif atau negatif. Dalam penelitian yang dilakukan ditemukan data bahwa kampanye GERMAS oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung ini dapat mempengaruhi perilaku masyarakat berubah menjadi lebih baik. Ada beberapa efek yang didapat yaitu bersifat *kognisi*, seperti yang disampaikan oleh Tara, ia mengatakan bahwa ia sebagai masyarakat mendapatkan efek yang positif dimana peningkatan pengetahuan tentang pencegahan berbagai penyakit tidak menular menjadi bertambah dengan adanya sosialisasi betapa pentingnya memeriksa kesehatan secara rutin sedari dini. Kemudian efek yang ditimbulkan bersifat *afeksi* dimana Tara selaku masyarakat Kabupaten Lampung Timur merasa senang dengan adanya kegiatan senam dan makan buah bersama, adanya pemeriksaan kesehatan gratis dan adanya musik serta *doorprize* pada setiap kegiatan.

Antusias masyarakat yang sangat tinggi terhadap pelaksanaan kampanye GERMAS menunjukkan perubahan sikap yang positif kepada masyarakat, bahwa masyarakat peduli akan kesehatannya khususnya dalam pencegahan penyakit tidak menular. Meskipun perubahan tersebut belum signifikan karena untuk mengubah perilaku seluruh masyarakat untuk peduli dengan kesehatannya membutuhkan waktu yang cukup lama. Kampanye ini juga menimbulkan efek yang bersifat *konasi*, dimana dalam pelaksanaan kampanye pihak Dinas Kesehatan Provinsi Lampung mendapatkan efek yang positif dengan terjalinnya kerja sama dengan berbagai Instansi luar Pemerintah dan memelihara hubungan baik dengan masyarakat yang mengikuti kampanye GERMAS di Provinsi Lampung.

### **3. Manajemen Kampanye**

Kampanye komunikasi GERMAS oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung ini merupakan jenis kampanye positif yaitu *Ideologically or Cause Oriented Campaign*. Dimana kampanye ini bertujuan untuk menangani permasalahan sosial dengan perubahan pandangan, sikap dan perilaku masyarakat. Untuk itu, dalam melaksanakan kampanye ini

Dinas Kesehatan Provinsi Lampung melakukan beberapa langkah manajemen kampanye yaitu perencanaan, perorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan.

### **1. Perencanaan Kampanye GERMAS oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung**

Dinas Kesehatan Provinsi Lampung memulai strategi komunikasi dengan mengidentifikasi masalah yang ada di Provinsi Lampung. Dimulai dari mengidentifikasi target sasaran kampanye yaitu seluruh masyarakat provinsi Lampung dari anak kecil hingga orang tua. Sesuai dengan *output* kampanye GERMAS tahun 2017 yaitu sebanyak-banyaknya masyarakat mengetahui adanya kampanye GERMAS. Hal ini disampaikan oleh dr.Asih pada wawancara berikut ini :

*“kalau tahun 2017 outputnya adalah sebanyak-banyaknya orang tahu kampanye GERMAS. kalau tahun 2018, terbentuknya kelompok peduli kesehatan”* (dr.Asih Hendrastuti, M.Kes, Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan PM, wawancara pada tanggal 23 November 2018)

Namun, karena kampanye GERMAS merupakan kebijakan nasional sehingga pihak pemerintah pusat telah menetapkan daerah-daerah yang dinyatakan bermasalah (lokus) berdasarkan *survey* untuk menjadi prioritas sasaran kampanye. Dalam hal ini, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung tidak perlu melakukan *survey* lagi karena sudah dilakukan pemetaan oleh pemerintah pusat, sehingga Dinas Kesehatan Provinsi Lampung hanya menjalankan tugas sesuai aturan yang tertera di Instruksi Presiden No.1 Tahun 2017. Hal ini disampaikan oleh dr.Asih pada wawancara berikut ini :

*“ini gerakan nasional yang mengikuti Instruksi presiden, jadi dari sabang-Merauke sama. Tidak perlu adanya survey”* (dr.Asih Hendrastuti, M.Kes, Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan PM, wawancara pada tanggal 23 November 2018)

Kegiatan kampanye GERMAS didanai oleh APBN (Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara) dan APBD (Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah). Kemudian dana tersebut dikelola oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung berdasarkan menu nasional yang telah ditetapkan oleh APBN dan APBD. Untuk menyukseskan kampanye GERMAS, tidak bisa hanya mengandalkan peran sektor kesehatan saja. Peran Kementerian dan Lembaga di sektor lainnya juga turut menentukan, dibantu dengan masyarakat yang mempraktekkan pola hidup sehat. Hal ini dikatakan oleh dr.Asih dalam wawancara berikut ini :

*“yang melakukan kegiatan kampanye GERMAS adalah semua sektor. Kalau bisa yang melakukan pendudukan itu bukan hanya lembaga milik pemerintah namun bisa lembaga non pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat. Kalau ditanya bagaimana pendanaannya, maka pembiayaannya ini dari berbagai sumber. Mulai dari APBN, APBD dan beberapa CSR swasta” (dr.Asih Hendrastuti, M.Kes, Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan PM, wawancara pada tanggal 23 November 2018)*

Dalam rangka mendukung kebijakan kampanye GERMAS, juga telah ditetapkan Peraturan Daerah No. 8 Tahun 2017 tentang Kawasan Tanpa Rokok. Sedangkan kebijakan pendukung GERMAS yang sudah dibuat pada tahun 2016, ialah :

1. Peraturan Gubernur No 2 tahun 2014, tentang Kawasan Tanpa Rokok
2. Peraturan Daerah Provinsi Lampung No.17 tahun 2014 tentang Air Susu Ibu (ASI) Eksklusif
3. Peraturan Gubernur Lampung No.10 tahun 2016 tentang Tata Cara Penyediaan Fasilitas Khusus Menyusui dan Memerah ASI, Susu Formula Bayi dan Produk Bayi lainnya
4. Peraturan Gubernur Lampung No.11 tahun 2016 tentang Program Percepatan Gerakan 1000 Hari Pertama Kehidupan Melalui Pendekatan Keluarga (Laporan Tahunan Kegiatan GERMAS 2017, hal. 20)

Untuk mensosialisasikan kampanye tersebut kepada anggota forum komunikasi kampanye GERMAS di Provinsi Lampung, maka telah dilakukan 2 kegiatan, yaitu :

1. Penggalangan Komitmen Pelaksanaan GERMAS di Daerah Tahun 2017  
Acara ini mengundang SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) di lingkungan Pemerintah Provinsi Lampung dan Dinas Kesehatan Kab/Kota se Provinsi Lampung. Pada acara ini dilakukan penandatanganan komitmen pelaksanaan GERMAS dan makan buah bersama.



**Gambar 3.1 Gubernur Lampung menandatangani spanduk**

*Sumber : Laporan Tahunan Kegiatan GERMAS 2017*



**Gambar 3.2 Kegiatan Penggalangan Komitmen Pelaksanaan GERMAS**

*Sumber : Laporan Tahunan Kegiatan GERMAS 2017*

2. Sosialisasi Gerakan Masyarakat Hidup Sehat di Kabupaten Lampung Selatan dan Kota Metro

Kegiatan ini mengundang SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) di lingkungan Kabupaten Lampung Selatan dan Kota Metro. Pada kegiatan ini juga dilakukan penandatanganan dukungan kampanye GERMAS.



**Gambar 3.3 Kegiatan Sosialisasi di Kabupaten Lampung Selatan**

*Sumber : Laporan Tahunan Kegiatan GERMAS 2017*



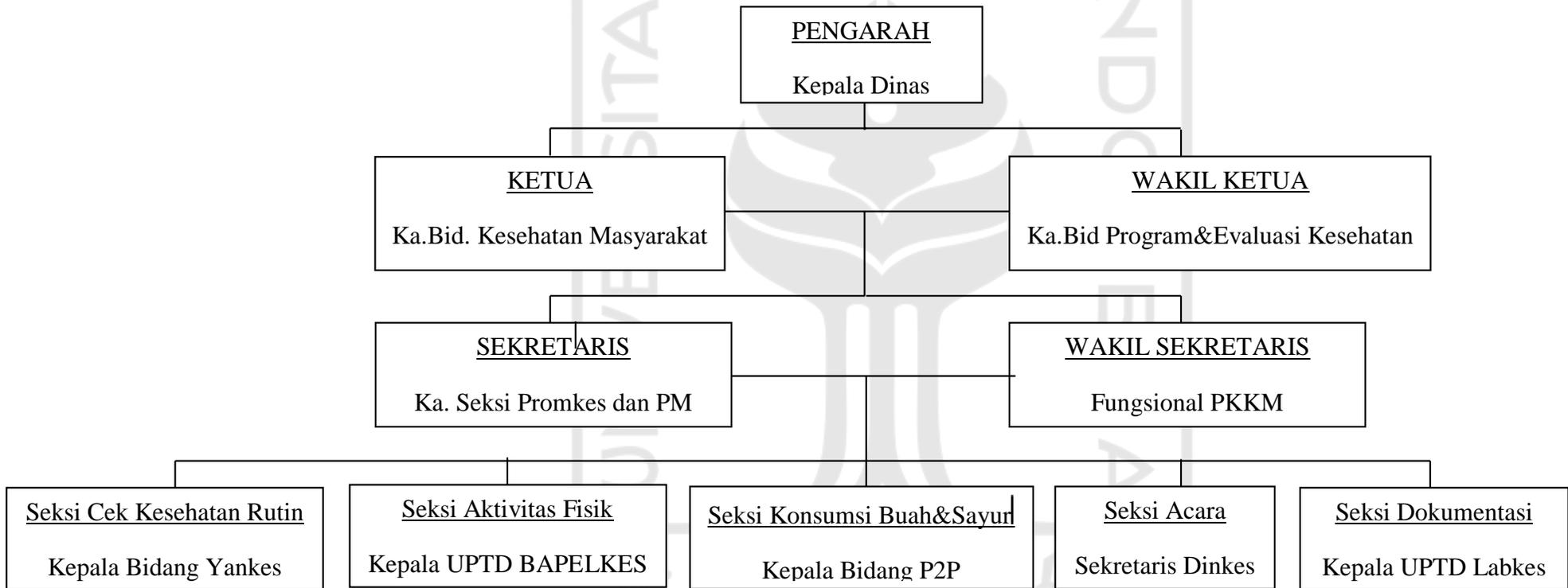
**Gambar 3.4 Kegiatan Sosialisasi di Kota Metro**

*Sumber : Laporan Tahunan Kegiatan GERMAS 2017*

## **2. Pengorganisasian Kampanye GERMAS oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung**

Dalam menyelenggarakan kegiatan Kampanye GERMAS, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung memiliki struktur organisasi yang dapat mempermudah dalam melaksanakan koordinasi kegiatan.

STRUKTUR ORGANISASI KAMPANYE GERMAS



### 3. Pelaksanaan Kampanye GERMAS oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung

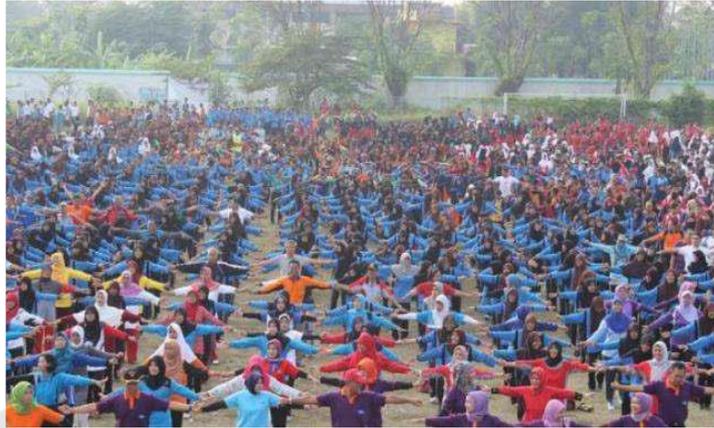
Kampanye GERMAS oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung memiliki beberapa tema kesehatan yang berbeda setiap tahunnya. Pada tahun 2017, tema yang diusung adalah melakukan aktivitas fisik, makan buah dan sayur, cek kesehatan rutin dan penguatan program Indonesia Sehat Pendekatan Keluarga. Hal ini disampaikan oleh Muqouwis dalam wawancara berikut ini :

*“untuk tahun 2017, ada 3 kegiatan utama yaitu aktivitas fisik, makan buah dan sayur serta pemeriksaan kesehatan secara rutin”* (M. Muqouwis AT, M.Kes, Fungsional PKM Madya Dinas Kesehatan Provinsi Lampung, wawancara pada tanggal 28 September 2018)

#### 1. Melakukan aktivitas fisik

Dalam kampanye ini, pesan/himbauan pertama yang disampaikan adalah mengajak masyarakat untuk melakukan aktivitas fisik minimal 30 menit sehari yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Menurut Dinas Kesehatan Provinsi Lampung, jika aktivitas fisik tersebut dilakukan secara teratur dalam jangka waktu 3 bulan tentu akan terasa manfaatnya, seperti terhindar dari penyakit tidak menular, kemudian berat badan dapat terkendali sehingga menghindari penyakit diabetes, tulang lebih kuat, bentuk tubuh lebih bagus, bugar dan bertenaga. Pada kegiatan aktivitas fisik, dilaksanakan Senam Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (Germas) secara bersama. Kegiatan senam ini diiringi dengan musik/lagu-lagu daerah Lampung dan disertai gerakan tarian Lampung yaitu Tari Bedana dan diiringi dengan alat musik cetik dan gamolan. Hal ini disampaikan oleh dr.Asih dalam wawancara berikut ini :

*“Kami ingin senam germas di Lampung berbeda dengan provinsi lain. Sehingga kami mencoba inovasi dengan menggunakan musik lampung yang memakai cetik dan gamolan, kemudian memadukan gerakan senam dengan tari bedana jadi gerakannya tidak monoton.”* (dr.Asih Hendrastuti, M.Kes, Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan PM, wawancara pada tanggal 23 November 2018)



**Gambar 3.5 Kegiatan Senam GERMAS di Lapangan Saburai**

*Sumber : Laporan Tahunan Kegiatan GERMAS 2017*

Salah satu senam GERMAS yang dilaksanakan di Lapangan Saburai, Bandar Lampung pada tanggal 14 Juli 2017 ini dinyatakan berhasil dan mendapat apresiasi dari Menteri Kesehatan serta meraih Rekor MURI (Museum Rekor Dunia Indonesia) atas rekor peserta senam sosialisasi GERMAS terbanyak sebanyak 5.000 peserta. (<http://www.lampost.co/berita-senam-germas-lampung-raih-rekor-muri>, diakses tanggal 22 Juli 2018). Selain mengadakan kegiatan senam bersama di 8 titik di 6 Kab/Kota, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga melaksanakan beberapa kegiatan penunjang terkait peningkatan aktifitas fisik, antara lain :

1. Pengembangan olahraga rekreasi
2. Peningkatan aktivitas fisik di sekolah dan madrasah dan pesantren
3. Mendorong penyediaan sarana aktivitas fisik pada kawasan permukiman, perkantoran dan sarana fasilitas umum
4. Mendorong pemanfaatan dana desa untuk kegiatan olahraga dan senam bersama



**Gambar 3.6 Penyerahan Rekor MURI**

*Sumber : Laporan Tahunan Kegiatan GERMAS 2017*

## 2. Makan buah dan sayur

Kemudian pesan/himbauan selanjutnya adalah pentingnya mengonsumsi buah dan sayur. Hal ini dianggap penting karena dengan rutin mengonsumsinya, dapat mencegah penyakit tidak menular, mencegah kekerasan buang air besar (BAB), BAB lancar dan meningkatkan daya tahan tubuh. Selain itu, dijelaskan juga kepada masyarakat bagaimana cara menghitung kebutuhan kalori tubuh masing-masing dengan mengetahui tinggi badan dan berat badan ideal, yang kemudian nilai KKT (Kebutuhan Kalori Total) inilah yang menjadi acuan untuk mengontrol jumlah kalori yang masuk ke tubuh setiap harinya. Kemudian dijelaskan juga kepada masyarakat mengenai anjuran batas mengonsumsi gula, garam dan lemak. Karena dengan mengonsumsi gula, garam dan lemak yang berlebihan dapat menyebabkan PTM (Penyakit Tidak Menular) seperti diabetes mellitus, obesitas, serangan jantung dan stroke. Hal ini disampaikan oleh Muqouwis dalam wawancara berikut ini :

*“selain kita sosialisasi untuk aktivitas fisik, makan buah dan sayur dan cek kesehatan rutin, kita juga memberitahu berapa sih kalori yang tubuh butuhkan dan batas tubuh ini dalam menerima gula, garam dan lemak” (M. Muqouwis AT, SKM, M.Kes, Fungsional PKM Madya Dinas Kesehatan Provinsi Lampung, wawancara pada tanggal 28 September 2018)*

## 3. Cek kesehatan rutin

Pesan/himbauan selanjutnya adalah anjuran untuk memeriksa kesehatan secara rutin minimal 6 bulan sekali. Kegiatan ini bermanfaat untuk mendeteksi sejak dini dan mencegah risiko apabila terdapat penyakit tidak menular. Dinas Kesehatan Provinsi Lampung melakukan pemeriksaan dalam rangka pencegahan sekunder dan pelayanan promotif dan preventif dalam paket Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Pemeriksaan kesehatan yang dilakukan yaitu cek tekanan darah, cek kadar gula darah, cek lingkat perut, sosialisasi penyakit kanker serviks dan mammae, deteksi dini kanker leher rahim dengan melakukan pilihan pemeriksaan yaitu test *Pap Smear* atau test IVA (Inveksi Visual dengan Asam Asetat) pada perempuan usia 30-50 tahun, pemberian vaksin terhadap wanita sejak usia reproduksi. Kemudian yang terakhir adalah SADARI (Periksa Payudara Sendiri) untuk mencegah risiko kanker payudara. Hal ini disampaikan oleh dr.Asih dalam wawancara berikut :

*“Tahun kemarin temanya aktivitas fisik, makan buah dan sayur serta cek kesehatan secara rutin. Aktivitas fisik itu ada di kesehatan olahraga yang ada di bidang kesehatan masyarakat. Makan buah dan sayur serta cek kesehatan secara rutin bagian dari Cerdik yang merupakan bagian dari PTM dan Kesehatan gizi. Jadi divisinya menyesuaikan dengan tema yang dikampanyekan”* (dr.Asih Hendrastuti, M.Kes, Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan PM, wawancara pada tanggal 23 November 2018)



**Gambar 3.7 Pemeriksaan Kesehatan oleh Penyelenggara GERMAS**

*Sumber : Laporan Tahunan Kegiatan GERMAS 2017*



**Gambar 3.8 Pemeriksaan Kesehatan oleh Penyelenggara GERMAS**

*Sumber : Laporan Tahunan Kegiatan GERMAS 2017*

Berikut adalah daftar daerah dan tanggal pelaksanaan kampanye GERMAS yang telah dilaksanakan di 8 titik di 6 Kab/Kota Provinsi Lampung, yaitu :

**Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Kampanye GERMAS**

No.	Nama Daerah	Hari/Tanggal
1.	Kecamatan Talang Padang, Tanggamus	Minggu, 26 Maret 2017
2.	Kecamatan Ketibung, Lampung Selatan	Minggu, 09 april 2017
3.	Kecamatan Wawai Karya, Lampung Timur	Rabu, 26 April 2017
4.	Kota Bandar Lampung, lap. PKOR	Minggu, 30 April 2017
5.	Kecamatan Banjar Baru, Tulang Bawang	Rabu, 03 Mei 2017
6.	Kecamatan Pringsewu, lap. Kuncup	Rabu, 17 Mei 2017
7.	Kecamatan Pasir Sakti, Lampung Timur	Sabtu, 20 Mei 2017
8.	Kota Bandar Lampung, lap. Saburai	Jumat, 14 Juli 2017

*Sumber : Laporan Tahunan Kegiatan GERMAS 2017*

Selain melakukan aktivitas fisik, makan buah dan sayur dan cek kesehatan rutin, kampanye GERMAS juga memiliki beberapa fokus yang menjadi ruang lingkupnya. Hal ini disampaikan oleh dr.Asih dalam wawancara berikut ini :

*“ruang lingkup kampanye GERMAS itu bukan hanya aktivitas fisik, makan buah dan sayur dan cek kesehatan rutin. Selain itu, ada peningkatan PHBS, penyediaan pangan*

*sehat dan perbaikan gizi dan juga peningkatan kualitas lingkungan juga kita sosialisasikan” (dr.Asih Hendrastuti, M.Kes, Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan PM, wawancara pada tanggal 23 November 2018)*

#### 1. Peningkatan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat

*PHBS* merupakan perilaku kesehatan yang dilakukan karena kesadaran pribadi sehingga keluarga dan seluruh anggotanya mampu menolong diri sendiri pada bidang kesehatan serta memiliki peran aktif dalam aktivitas masyarakat. (<http://promkes.kemkes.go.id/phbs>, diakses pada tanggal 23 Juli 2019). Dinas Kesehatan Provinsi Lampung telah melaksanakan kegiatan-kegiatan yang terkait dengan PHBS, diantaranya yaitu :

1. Pelaksanaan LSS (Lomba Sekolah Sehat) UKS/M tingkat Provinsi Lampung
2. Pelatihan Upaya Berhenti Merokok (UBM) bagi Tenaga Kesehatan dan Tenaga Pendidik Dalam Upaya Implementasi KTR di Sekolah
3. Pelatihan Konselor ASI di Puskesmas, Rumah Sakit/Rumah Bersalin/Rumah Sakit Ibu dan Anak di Provinsi Lampung
4. Meningkatkan komunikasi, informasi dan edukasi (KIE) Gerakan Masyarakat Hidup Sehat bagi keluarga, perempuan dan anak
5. Pembangunan posyandu melalui dana desa
6. Sosialisasi gerakan pola hidup sehat bagi santri pondok pesantren
7. Sosialisasi KTR (Kawasan Tanpa Rokok) di Madrasah
8. Sosialisasi standar UKS pada pondok pesantren

#### 2. Penyediaan Pangan Sehat dan Percepatan Perbaikan Gizi

Kemudian dalam melaksanakan kampanye GERMAS, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga melakukan inovasi terhadap Penyediaan Pangan Sehat dan Percepatan Perbaikan Gizi dengan membuat produk makanan yang berasal dari daun kelor dan daun pegagan untuk meningkatkan gizi anak dikarenakan kandungan gizinya yang cukup tinggi. Pembuatan makanan dari daun kelor dan daun pegagan ini dilakukan di Desa Bangun Rejo Kabupaten Tanggamus. Produk yang dihasilkan yaitu :

1. Moringa Cake (kue kering yang terbuat dari daun kelor)
2. Peyek Lembayung Kelor (Rempeyek yang dibuat dari daun kelor)
3. Peyek Lembayung Pegagan (Rempeyek yang dibuat dari daun pegagan)

4. Bolu dari daun kelor



**Gambar 3.9 Proses Pembuatan Makanan dari Daun Kelor dan Pegagan**

*Sumber : Laporan Tahunan Kegiatan GERMAS 2017*



**Gambar 3.10 Hasil Kue Kering dari Daun Kelor**

*Sumber : Laporan Tahunan Kegiatan GERMAS 2017*

**Gambar 3.11 Hasil Rempeyek dari Daun Kelor**

*Sumber : Laporan Tahunan Kegiatan GERMAS 2017*

Selain melakukan inovasi produk makanan untuk Penyediaan Pangan Sehat dan Percepatan Perbaikan Gizi, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga melaksanakan kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan tema tersebut, diantaranya yaitu :

1. Mengadakan lomba masak ikan

2. Monitoring formalin dan bahan kimia berbahaya
3. Pelatihan dan penilaian keberhasilan bagi peningkatan peran perempuan menuju keluarga sehat sejahtera (P3KSS)
4. Kampanye Gizi Pangan ASUH (Aman Sehat Utuh dan Halal)
5. Sosialisasi dan promosi peningkatan gizi pangan keluarga
6. Sosialisasi intervensi kantin sehat bersama fasilitator

### 3. Peningkatan Kualitas Lingkungan

Selanjutnya, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung dibantu dengan SKPD lain melakukan beberapa kegiatan terkait Peningkatan Kualitas Lingkungan antara lain mengadakan orientasi STBM (Sanitasi Total Berbasis Masyarakat) Stunting yang merupakan sebuah pendekatan untuk mengubah perilaku hygiene dan sanitasi melalui pemberdayaan masyarakat dengan metode pemicuan. Kemudian Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga memberikan bantuan untuk meningkatkan kesehatan dan sanitasi kepada santri di pondok pesantren serta melaksanakan sosialisasi GERMAS di Lembaga Pendidikan Muslimat NU, Lapas (Lembaga Pemasyarakatan) dan Posyandu Lansia (Lanjut Usia).





**Gambar 3.13 Kegiatan Sosialisasi GERMAS di LAPAS**

*Sumber : Laporan Tahunan Kegiatan GERMAS 2017*

#### **4. Pengawasan Kampanye GERMAS oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung**

Strategi komunikasi yang terakhir yaitu tahap pengawasan atau evaluasi. Tahap ini menjadi penting bagi Dinas Kesehatan Provinsi Lampung untuk dapat mengetahui apakah perencanaan dan pelaksanaan yang dilakukan sudah cukup untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan atau masih ada yang perlu diperbaiki. Dalam kampanye ini, pihak Dinas Kesehatan Provinsi Lampung merasa sudah berhasil untuk mensosialisasikan kampanye GERMAS pada tahun 2017. Hal ini dapat diukur berdasarkan indikator-indikator keberhasilan kampanye GERMAS antara lain :

1. Jumlah kabupaten/kota yang melaksanakan minimal lima (5) tema kampanye GERMAS.

Indikator yang pertama dinyatakan berhasil dibuktikan dengan kabupaten/kota di Provinsi Lampung yang melaksanakan kampanye GERMAS memiliki enam (6) tema yaitu melakukan aktivitas fisik, makan buah dan sayur, cek kesehatan rutin, peningkatan perilaku hidup bersih dan sehat, penyediaan pangan sehat dan percepatan perbaikan gizi serta peningkatan kualitas lingkungan.

2. Kabupaten/kota melaksanakan kebijakan KTR (Kawasan Tanpa Rokok).

Pada tahun 2017, Provinsi Lampung mendapatkan penghargaan kategori “Pastika Prama” karena memiliki Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2017 tentang Kawasan

Tanpa Rokok dan telah mengimplementasikan di seluruh wilayahnya. Dengan adanya penghargaan ini, indikator kedua dinyatakan berhasil.



**Gambar 3.14 Pemberian Penghargaan Pastika Prama oleh Sekjen Kementerian Kesehatan**

3. Jumlah petugas kesehatan yang menjadi konselor menyusui
4. Kegiatan kampanye asi eksklusif

Pengurus AIMI (Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia) perwakilan Provinsi Lampung menjadi pelaksana program kampanye asi eksklusif yang didampingi oleh Pemerintah Provinsi Lampung. Target kerja AIMI dan Pemerintah Provinsi Lampung adalah meningkatkan minat ibu-ibu dalam memberikan ASI eksklusif pada bayi mereka. Kampanye tersebut juga menargetkan angka gizi buruk di Lampung bisa ditekan hingga 50% dari posisi saat ini. Pada tahun 2017, AIMI dan Pemprov Lampung sudah memiliki 20 konselor ASI dalam kampanye ASI eksklusif. Namun, sebagian dari 20 orang tersebut bukan berasal dari tenaga kesehatan. AIMI merasa kesulitan untuk merekomendasikan klinik laktasi dengan tenaga kesehatan yang memiliki kompetensi sebagai konselor menyusui.

5. Jumlah puskesmas yang melaksanakan kegiatan deteksi dini kanker payudara dan leher rahim pada perempuan

Dinas Kesehatan Provinsi Lampung telah memberikan arahan kepada kabupaten/kota untuk mengadakan pelatihan deteksi dini kanker payudara dan leher rahim (serviks). Pelatihan tersebut dilakukan dengan tujuan menyiapkan tenaga terlatih dalam melakukan deteksi dini kanker serviks dan kanker payudara. Sehingga diharapkan angka kejadian dan kematian karena kanker tersebut dapat ditekan. Terdapat sekitar 90 orang tenaga kesehatan yang terdiri dari dokter, bidan dan perawat yang

mengikuti pelatihan ini. Pelatihan tersebut diikuti oleh total 49 puskesmas yang terdiri dari 15 puskesmas dari Kabupaten Lampung Barat, 16 puskesmas dari Kabupaten Lampung Selatan dan 18 puskesmas dari Kabupaten Lampung Utara.

Selain dari indikator-indikator keberhasilan kampanye GERMAS yang telah penulis sebutkan, keberhasilan kampanye ini juga dapat dilihat dari antusias masyarakat yang hadir pada setiap pelaksanaan kampanye GERMAS. Hal ini dikatakan oleh Muqouwis dalam wawancara berikut :

*“Banyak masyarakat disana berduyung-duyung datang ke pemeriksaan kesehatan. Mereka antusias untuk memeriksakan kesehatan mereka. Nah nanti kalau sudah ketahuan penyakitnya apa, misal darah tinggi nih, kita langsung kasih penyuluhan ke mereka.”* (M. Muqouwis AT, SKM, M.Kes, Fungsional PKM Madya Dinas Kesehatan Provinsi Lampung, wawancara pada tanggal 28 September 2018)

Salah satu alasan mengapa masyarakat tertarik untuk berkunjung adalah selain adanya sosialisasi terkait kampanye GERMAS, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga memberikan hiburan berupa musik dengan mengundang *guest star* dan pengundian *doorprize* pada setiap sosialisasinya. Selain itu, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung biasanya bekerjasama dengan institusi lain untuk mengadakan kampanye GERMAS dengan digabung dengan kegiatan lain. Hal ini dikatakan oleh Muqouwis dalam wawancara berikut:

*“Tergantung daerahnya. Biasanya yang hadir sekitar 500 orang. Tapi kalau gubernur datang bisa ribuan. Apalagi kalau acara kita digabung dengan acara dari instusi lain, sehingga acaranya makin ramai dan meriah”* (M. Muqouwis AT, SKM, M.Kes, Fungsional PKM Madya Dinas Kesehatan Provinsi Lampung, wawancara pada tanggal 28 September 2018)

Salah satu senam GERMAS yang diselenggarakan Dinas Kesehatan Provinsi Lampung berhasil meraih penghargaan Museum Rekor Dunia Indonesia (MURI) pada tanggal 14 Juli 2017 di Lapangan Saburai, Enggal. Penghargaan tersebut diraih atas rekor kategori sosialisasi senam yang diikuti oleh perwakilan dari provinsi terbanyak. Senam GERMAS tersebut diikuti oleh sekitar 5.000 peserta masyarakat Lampung. Pemerintah Provinsi Lampung berinisiatif menciptakan senam GERMAS kreasi, yakni dengan memadukan gerakan dasar senam aerobik dan tari bedana. Senam tersebut diiringi lagu khas daerah Lampung yang dikreasikan dengan musik tradisional gamolan dan cetik lampung. Hal

tersebut dimaksudkan agar GERMAS dapat diterima ditengah-tengah masyarakat Lampung serta dapat memperkenalkan kebudayaan Lampung ke dunia luar.

*“Kami ingin senam germas di Lampung berbeda dengan provinsi lain. Sehingga kami mencoba inovasi dengan menggunakan musik lampung yang memakai cetik dan gamolan, kemudian memadukan gerakan senam dengan tari bedana jadi gerakannya tidak monoton.”* (dr.Asih Hendrastuti, M.Kes, Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan PM, wawancara pada tanggal 23 November 2018)

Dari hasil wawancara antara peneliti dengan Tara, salah satu masyarakat Kabupaten Lampung Timur yang mengikuti kampanye GERMAS, ia mengungkapkan perasaan senang dan mendapatkan efek yang positif dengan adanya kampanye ini. Kemudian tingginya antusias dari masyarakat menunjukkan perubahan sikap yang positif, bahwa masyarakat peduli dengan kesehatannya. Hal ini disampaikan oleh Tara dalam wawancara berikut :

*“Seru sih acaranya, selain ada pesan kampanye GERMAS juga ada musik dan doorprize jadi terlihat menarik dan ngga bosan. Senamnya juga ngga gitu-gitu aja karena dikreasikan dengan tari bedana. Kalo saya sih merasa kampanye ini bermanfaat ya apalagi buat orang awam tentang kesehatan seperti saya. Saya jadi tau betapa pentingnya mendeteksi kanker serviks dan payudara untuk pencegahan ”* (Tara, masyarakat kabupaten Lampung Timur, wawancara pada tanggal 4 Desember 2018)

Selanjutnya mengevaluasi tentang hambatan dalam pelaksanaan kegiatan yang dilakukan. Sejauh ini pihak Dinas Kesehatan Provinsi Lampung merasa pelaksanaan yang dilakukan sudah optimal dan tidak ada hal besar yang menghambat kegiatan tersebut. Menurut dr.Asih, hal ini dibuktikan dari SDM (Sumber Daya Manusia) di Dinas Kesehatan Provinsi Lampung sudah memadai. Karena Institusi telah menetapkan struktur organisasi serta tugas masing-masing untuk melaksanakan kampanye GERMAS. Kemudian menurut beliau, anggaran untuk menyelenggarakan kampanye inipun sudah disediakan oleh pemerintah pusat dan daerah melalui dana dari APBN dan APBD, sehingga pihak Dinas Kesehatan tidak perlu mengeluarkan dana dan mencari sponsor dari institusi lain.

Selanjutnya metode atau prosedur sebagai panduan pelaksanaan kegiatan kampanye juga telah ditetapkan melalui Instruksi Presiden Republik Indonesia No.1 Tahun 2017 tentang Gerakan Masyarakat Hidup Sehat yang kemudian ditindaklanjuti oleh Gubernur Provinsi Lampung melalui Peraturan Gubernur No. 38 Tahun 2017 tentang Pedoman Pelaksanaan GERMAS di Provinsi Lampung. Sehingga disini Dinas Kesehatan Provinsi Lampung hanya menjalankan prosedur tersebut. Kemudian material dalam bentuk logistik

media kampanye juga sudah disiapkan. Hal ini disampaikan oleh dr.Asih dalam wawancara berikut :

*“Sepertinya tidak ada sih. Hambatan itu dapat diukur dari manajemen yaitu man, money, methode dan material. Man kita tidak ada hambatan. Moneynya uang disediakan. Methodenya udah ada payung hukumnya dalam bentuk Instruksi Presiden. Material dalam bentuk logistik media kampanye juga sudah disiapkan. Jadi pelaksanaan kampanye GERMAS pada tahun 2017 tidak ada kendala karena logistik sudah disiapkan”* (dr.Asih Hendrastuti, M.Kes, Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan PM, wawancara pada tanggal 23 November 2018)

Meskipun secara garis besar kegiatan kampanye GERMAS ini tidak memiliki hambatan, namun menurut Muqouwis tetap ada hal kecil yang menjadi hambatan yaitu masalah waktu. Biasanya terjadi *miss communication* antara pihak Provinsi dan Kabupaten dalam merencanakan jadwal sosialisasi. Hal ini disampaikan oleh Muqouwis dalam wawancara berikut ini :

*“kalau sejauh ini tidak, kita masih bisa koordinasikan dengan perangkat daerah. Hanya mungkin masalah waktu sehingga susah untuk ketemu. Misalkan kita mau mengadakan sosialisasi GERMAS di Kabupaten tanggal sekian, tapi kabupatennya ternyata belum siap. Itu kadang yang sulit dicocokkan.”* (M. Muqouwis AT, SKM, M.Kes, Fungsional PKM Madya Dinas Kesehatan Provinsi Lampung, wawancara pada tanggal 28 September 2018)

Selain masalah waktu, menurut Muqouwis hambatan lainnya adalah masih rendahnya komitmen pimpinan dalam melaksanakan kampanye GERMAS seperti penyediaan fasilitas ruang ASI di Instansi pemerintah/swasta. Pada Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 33 Tahun 2012 tentang Pemberian ASI Eksklusif telah diatur bahwa kantor pemerintah dan swasta harus mendukung program ASI eksklusif dan memberikan fasilitas ruang laktasi sehingga ibu menyusui bisa memerah ASI. Kemudian hambatan lainnya yaitu masih rendahnya keterlibatan peran instansi/lembaga di luar Pemerintah untuk ikut menyukseskan kampanye GERMAS. Selain itu, menurut dr.Asih untuk mengubah perilaku seluruh masyarakat untuk peduli dengan kesehatan membutuhkan waktu yang tidak sebentar, sehingga perubahan yang signifikan belum dapat terlihat dalam jangka waktu 1 tahun. Maka tindak lanjut yang perlu dilakukan adalah melakukan Komunikasi, Informasi dan Edukasi (KIE), serta penyuluhan dalam rangka mengubah perilaku masyarakat secara terus menerus.

Tabel 3.2 Analisis Strengths, Weakness, Opportunities dan Threats dari Kampanye GERMAS oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung 2017

<p><b>Strengths</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan sapaan khas Lampung seperti Kiyay, Atu, Adin, Ses dalam mengkampanyekan GERMAS melalui media online</li> <li>2. Senam GERMAS disertai gerakan tarian Lampung yaitu Tari Bedana dan diiringi dengan alat musik cetik dan gamelan</li> <li>3. Mendapat rekor MURI atas peserta senam sosialisasi GERMAS terbanyak</li> <li>4. Anggaran sudah disediakan dan SDM memadai</li> <li>5. Mendapatkan penghargaan “Pastika Prama” karena memiliki Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2017 tentang Kawasan Tanpa Rokok dan telah mengimplementasikan di seluruh wilayahnya.</li> </ol>
<p><b>Weakness</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sering kali terjadi <i>miss communication</i> antara pihak Provinsi dan Kabupaten dalam merencanakan jadwal sosialisasi</li> <li>2. Rendahnya komitmen pimpinan dan keterlibatan peran instansi/lembaga di luar Pemerintah untuk ikut menyukseskan kampanye GERMAS</li> </ol>
<p><b>Opportunities</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Masyarakat dapat membentuk pola hidup sehat dan meninggalkan kebiasaan yang tidak sehat</li> <li>2. Beban biaya pelayanan kesehatan berkurang dan dapat dialokasikan ke APBD untuk biaya pembangunan di Indonesia</li> <li>3. Adanya media sosial dengan <i>followers</i> yang banyak, dapat mempermudah dalam mengkomunikasikan kampanye GERMAS</li> </ol>
<p><b>Threats</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keberlangsungan kampanye GERMAS dalam jangka panjang</li> <li>2. Hanya 20% masyarakat yang sadar akan pentingnya kesehatan</li> </ol>

Dinas Kesehatan Provinsi Lampung merasa pelaksanaan kampanye GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) yang dilakukan sudah optimal dan dinyatakan berhasil. Hal ini dibuktikan dengan adanya faktor pendukung yaitu SDM (Sumber Daya Manusia) di Dinas Kesehatan Provinsi Lampung sudah memadai, karena telah ditetapkan struktur organisasi serta tugas masing-masing untuk melaksanakan kampanye GERMAS. Kemudian anggaran

untuk menyelenggarakan kampanye sudah disediakan oleh pemerintah pusat dan daerah melalui dana dari APBN dan APBD, sehingga pihak Dinas Kesehatan tidak perlu mengeluarkan dana dan mencari sponsor dari institusi lain. Kemudian faktor pendukung selanjutnya adalah institusi menyelenggarakan kegiatan senam bersama perpaduan antara gerakan aerobik dengan tarian asal Lampung yaitu Tari Bedana serta diiringi alat music cetik dan gamelan. Salah satu kegiatan senam bersama yang dilaksanakan di Lapangan Saburai, Lampung mendapat rekor MURI atas peserta senam sosialisasi GERMAS terbanyak sebesar 7.992 peserta.

Dalam mengkomunikasikan pesan GERMAS kepada masyarakat, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga menggunakan media sosial seperti website, facebook, twitter, instagram dan youtube. Akun media sosial yang dimiliki Dinas Kesehatan Provinsi Lampung memiliki followers yang banyak seperti Instagram dengan 64,1 ribu followers dan Twitter dengan 1.713 followers. Hal ini dapat mempermudah Institusi untuk menyebarkan pesan kampanye GERMAS kepada masyarakat luas. Selain itu, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung menggunakan sapaan khas Lampung seperti Kiyay, Atu, Adin, Ses dalam mengkampanyekan GERMAS melalui media online.

Selain itu, faktor pendukung keberhasilan pelaksanaan kampanye ini adalah Dinas Kesehatan Provinsi Lampung mendapatkan penghargaan “Pastika Prama” karena memiliki Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2017 tentang Kawasan Tanpa Rokok dan telah mengimplementasikan di seluruh wilayahnya. Dengan adanya kampanye GERMAS, pemerintah berharap masyarakat Indonesia dapat membentuk pola hidup sehat dan meninggalkan kebiasaan yang tidak sehat. Jika masyarakat Indonesia sehat maka beban biaya pelayanan kesehatan berkurang dan dapat dialokasikan ke APBD untuk biaya pembangunan di Indonesia.

Menurut pihak Dinas Kesehatan Provinsi Lampung, tidak ada hal besar yang menjadi factor penghambat pelaksanaan kampanye ini. Hanya ada hal-hal kecil seperti masalah waktu, sering kali terjadi *miss communication* antara pihak Provinsi dan Kabupaten dalam merencanakan jadwal sosialisasi. Selain itu, masih rendahnya komitmen pimpinan dan keterlibatan peran instansi/lembaga di luar Pemerintah untuk ikut menyukseskan kampanye GERMAS. Kemudian hanya 20% masyarakat yang sadar akan pentingnya kesehatan, hal itu yang membuat Institusi khawatir akan keberhasilan kampanye GERMAS.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dari Kampanye Komunikasi GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung, maka peneliti menarik kesimpulan yaitu :

#### **A. Kesimpulan**

Kampanye GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) yang dilaksanakan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melakukan gerakan hidup sehat sehingga berdampak pada kesehatan terjaga, masyarakat lebih produktif, lingkungan bersih dan beban pembiayaan pelayanan kesehatan dapat berkurang. Kampanye ini menggunakan dua saluran komunikasi yaitu komunikasi secara langsung dan tidak langsung.

Pada komunikasi langsung, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung melakukan sosialisasi terhadap masyarakat, mengadakan kegiatan senam bersama dengan kreasi adat Lampung, makan buah dan sayur bersama serta pemeriksaan kesehatan gratis. Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga memberikan pelatihan untuk inovasi terhadap pangan sehat dan perbaikan gizi dengan membuat produk makanan yang berasal dari daun kelor dan daun pegagan, kemudian mengadakan pelatihan Upaya Berhenti Merokok (UBM) bagi tenaga kesehatan dan tenaga pendidik serta pelatihan keluarga sehat sejahtera (P3KSS).

Pada komunikasi tidak langsung, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung menggunakan media online dan cetak seperti website, instagram, facebook, twitter, youtube dan poster terkait informasi kampanye GERMAS. Selain itu, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga melakukan *talkshow* dan membuat iklan layanan masyarakat yang membahas seputar kampanye GERMAS di media radio ASN Pemerintah Provinsi Lampung 107,9 FM. Kemudian mengadakan pameran di *event* Pekan Raya Lampung, yang berlangsung di PKOR Wayhalim, Bandar Lampung.

Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Lampung yaitu :

##### *1. Intended Effect*

Hasil kampanye yang diharapkan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung adalah masyarakat dapat membudayakan hidup sehat dan menjadi produktif. Selain itu dapat terciptanya lingkungan yang bersih dengan adanya peningkatan kualitas lingkungan, serta biaya obat yang menjadi beban pemerintah dapat berkurang.

## *2. Competing Communication*

Dalam pelaksanaan kampanye ini, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung tidak memiliki persaingan. Hal ini dikarenakan Dinas Kesehatan Provinsi Lampung merupakan suatu instansi yang menangani segala bentuk kesehatan yang ada di daerah Lampung

## *3. Communication Object*

Dalam penelitian ini ditemukan data bahwa Kementerian Kesehatan RI memiliki tema utama dalam melakukan kampanye GERMAS yaitu Indonesia Cinta Sehat dengan sub tema Masyarakat Hidup Sehat, Indonesia Kuat. Tema tersebut dapat direalisasikan dengan berfokus pada tiga kegiatan, yaitu melakukan aktivitas fisik, mengonsumsi buah dan sayur dan memeriksakan kesehatan secara rutin.

## *4. Target Population and The Receiving Group*

Target sasaran dalam kampanye ini adalah masyarakat segala usia mulai dari anak kecil hingga orang dewasa khususnya pada lokus-lokus yang telah ditetapkan oleh Kementerian Kesehatan RI. Disini Kementerian Kesehatan RI menetapkan daerah-daerah yang bermasalah berdasarkan indikator pembangunan kesehatan yang diukur dalam IPKM (Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat).

## *5. Message*

Isi pesan dari kampanye GERMAS adalah mengajak masyarakat untuk melakukan aktivitas fisik minimal 30 menit sehari, pentingnya mengonsumsi buah dan sayur, serta anjuran untuk memeriksa kesehatan secara rutin minimal 6 bulan sekali. Selain itu, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga menguatkan program Indonesia Sehat Pendekatan Keluarga, peningkatan pendidikan mengenai gizi, perilaku hidup bersih dan sehat, keseimbangan dan pemberian air susu ibu (ASI eksklusif), penyediaan pangan sehat dan percepatan perbaikan gizi, peningkatan kualitas lingkungan, peningkatan pelaksanaan deteksi dini di Puskesmas dan penyusunan panduan pelaksanaan deteksi dini di pemerintah dan instansi swasta.

## *6. The Communicator*

Dalam pelaksanaan kampanye GERMAS, pemateri yang menyampaikan pesan adalah divisi yang sesuai dengan materi yang akan disampaikan, agar narasumber lebih memahami

pesan kampanye secara mendalam. Pemateri yang menyampaikan pesan untuk melakukan aktivitas fisik adalah Kepala Seksi Kesehatan Lingkungan Kesehatan Kerja dan Olahraga. Kemudian pemateri yang menyampaikan pesan pentingnya makan buah dan sayur adalah Kepala Seksi Kesehatan Keluarga dan Gizi. Selanjutnya pemateri yang menyampaikan pesan untuk cek kesehatan rutin adalah Kepala Seksi P2PTM (Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Tidak Menular) dan Kesehatan dan dibantu oleh Kepala Dinas Kesehatan Provinsi Lampung, Kepala Bidang P2P, Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS Kesehatan) dan Yayasan Kanker Indonesia Cabang Lampung.

#### 7. *Obtained Effect*

Ada beberapa efek yang didapat dari kampanye GERMAS yaitu bersifat *kognisi*, dimana peningkatan pengetahuan tentang pencegahan berbagai penyakit tidak menular menjadi bertambah. Kemudian efek yang ditimbulkan bersifat *afeksi*, dimana masyarakat merasa senang dengan adanya kegiatan senam dan makan buah bersama, adanya pemeriksaan kesehatan gratis dan adanya musik serta *doorprize* pada setiap kegiatan. Kampanye ini juga menimbulkan efek yang bersifat *konasi*, dimana dalam pelaksanaan kampanye pihak Dinas Kesehatan Provinsi Lampung mendapatkan efek yang positif dengan terjalinnya kerja sama dengan berbagai Instansi luar Pemerintah dan memelihara hubungan baik dengan masyarakat yang mengikuti kampanye GERMAS di Provinsi Lampung.

Dalam melaksanakan kampanye GERMAS, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung melakukan beberapa langkah manajemen kampanye yaitu perencanaan, perorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan.

#### **1. Perencanaan Kampanye GERMAS oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung**

Dinas Kesehatan Provinsi Lampung memulai strategi komunikasi dengan mengidentifikasi masalah yang ada di Provinsi Lampung dan target sasaran kampanyenya. Pihak pemerintah pusat telah menetapkan daerah-daerah yang dinyatakan bermasalah (lokus) berdasarkan *survey* untuk menjadi prioritas sasaran kampanye. Kegiatan kampanye GERMAS didanai oleh APBN (Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara) dan APBD (Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah). Kemudian dana tersebut dikelola oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung berdasarkan menu nasional yang telah ditetapkan oleh APBN dan APBD. Untuk mensosialisasikan kampanye tersebut kepada anggota forum komunikasi kampanye GERMAS di Provinsi Lampung, maka telah dilakukan 2 kegiatan, yaitu

Penggalangan Komitmen Pelaksanaan GERMAS di Daerah dan Sosialisasi Gerakan Masyarakat Hidup Sehat di Kabupaten Lampung Selatan dan Kota Metro.

## **2. Pengorganisasian Kampanye GERMAS oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung**

Dalam menyelenggarakan kegiatan Kampanye GERMAS, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung memiliki struktur organisasi yang dapat mempermudah dalam melaksanakan koordinasi kegiatan.

## **3. Pelaksanaan Kampanye GERMAS oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung**

Kampanye GERMAS oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung memiliki beberapa tema kesehatan yaitu :

### **1. Melakukan aktivitas fisik**

Dalam kampanye ini, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung menyelenggarakan Senam Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (Germas) secara bersama. Kegiatan senam ini diiringi dengan musik/lagu-lagu daerah Lampung dan disertai gerakan tarian Lampung yaitu Tari Bedana dan diiringi dengan alat musik cetik dan gamolan. Salah satu senam GERMAS yang dilaksanakan di Lapangan Saburai, Bandar Lampung pada tanggal 14 Juli 2017 dinyatakan berhasil dan mendapat apresiasi dari Menteri Kesehatan serta meraih Rekor MURI (Museum Rekor Dunia Indonesia) atas rekor peserta senam sosialisasi GERMAS terbanyak sebanyak 5.000 peserta.

### **2. Makan buah dan sayur**

Kemudian pesan selanjutnya adalah pentingnya mengonsumsi buah dan sayur agar mencegah penyakit tidak menular, mencegah kekerasan buang air besar (BAB), BAB lancar dan meningkatkan daya tahan tubuh. Selain itu, dijelaskan juga bagaimana cara menghitung kebutuhan kalori tubuh masing-masing dengan mengetahui tinggi badan dan berat badan ideal. Kemudian dijelaskan juga mengenai anjuran batas mengonsumsi gula, garam dan lemak. Karena apabila mengonsumsi secara berlebihan dapat menyebabkan PTM (Penyakit Tidak Menular).

### **3. Cek kesehatan rutin**

Pesan selanjutnya adalah anjuran untuk memeriksa kesehatan secara rutin minimal 6 bulan sekali untuk mendeteksi dan mencegah risiko apabila terdapat penyakit tidak menular. Dinas Kesehatan Provinsi Lampung melakukan pemeriksaan dalam rangka pencegahan

sekunder dan pelayanan promotif dan preventif dalam paket Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Pemeriksaan kesehatan yang dilakukan yaitu cek tekanan darah, cek kadar gula darah, cek lingkat perut, sosialisasi penyakit kanker serviks dan mammae, deteksi dini kanker leher rahim dengan melakukan pilihan pemeriksaan yaitu test *Pap Smear* atau test IVA (Inveksi Visual dengan Asam Asetat) pada perempuan usia 30-50 tahun, pemberian vaksin terhadap wanita sejak usia reproduksi. Kemudian yang terakhir adalah SADARI (Periksa Payudara Sendiri) untuk mencegah risiko kanker payudara.

#### **4. Pengawasan Kampanye GERMAS oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung**

Tahap ini menjadi penting untuk mengetahui apakah perencanaan dan pelaksanaan sudah mencapai tujuan atau masih ada yang perlu diperbaiki. Dalam kampanye ini, pihak Dinas Kesehatan Provinsi Lampung merasa sudah berhasil untuk mensosialisasikan kampanye GERMAS. Hal ini dapat diukur berdasarkan indikator-indikator keberhasilan kampanye GERMAS antara lain kampanye GERMAS oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung memiliki lebih dari lima tema yaitu enam tema kesehatan. Kemudian Provinsi Lampung mendapatkan penghargaan kategori “Pastika Prama” karena memiliki Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2017 tentang Kawasan Tanpa Rokok dan telah mengimplementasikan di seluruh wilayahnya. Indikator selanjutnya memiliki petugas kesehatan yang menjadi konselor menyusui. Kemudian menyelenggarakan program kampanye eksklusif yang dilaksanakan oleh Pengurus AIMI (Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia) perwakilan Provinsi Lampung. Selanjutnya indikator yang terakhir mengadakan pelatihan deteksi dini kanker payudara dan leher rahim (serviks) oleh puskesmas. Terdapat sekitar 90 orang tenaga kesehatan yang terdiri dari dokter, bidan dan perawat yang mengikuti pelatihan ini. Pelatihan tersebut juga diikuti oleh total 49 puskesmas.

Sejauh ini pihak Dinas Kesehatan Provinsi Lampung merasa pelaksanaan yang dilakukan sudah optimal dan tidak ada hal besar yang menghambat kegiatan tersebut. Hal itu dibuktikan dari SDM (Sumber Daya Manusia) sudah memadai, anggaran pun sudah disediakan melalui dana dari APBN dan APBD, serta material dalam bentuk logistik media kampanye juga sudah disiapkan. Namun tetap ada hal kecil yang menjadi hambatan yaitu masalah waktu. Biasanya terjadi *miss communication* antara pihak Provinsi dan Kabupaten dalam merencanakan jadwal sosialisasi. Kemudian hambatan selanjutnya adalah masih rendahnya komitmen pimpinan dan keterlibatan peran instansi/lembaga di luar Pemerintah untuk ikut menyukseskan kampanye GERMAS.

## 5. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Kampanye GERMAS 2017

Dinas Kesehatan Provinsi Lampung merasa pelaksanaan kampanye GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) yang dilakukan sudah optimal dan dinyatakan berhasil. Hal ini dibuktikan dari SDM (Sumber Daya Manusia) yang memadai dan anggaran sudah disediakan. Kemudian faktor pendukung selanjutnya adalah gerakan senam GERMAS yang dipadukan dengan tarian asal Lampung yaitu Tari Bedana serta diiringi alat musik cetik dan gamelan. Salah satu kegiatan senam bersama yang dilaksanakan di Lapangan Saburai, Lampung mendapat rekor MURI atas peserta senam sosialisasi GERMAS terbanyak sebesar 7.992 peserta. Dalam mengkomunikasikan pesan GERMAS kepada masyarakat, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga menggunakan media sosial dengan followers yang banyak, seperti Instagram dengan 64,1 ribu followers dan Twitter dengan 1.713 followers. Hal ini dapat mempermudah Institusi untuk menyebarkan pesan kampanye GERMAS kepada masyarakat luas. Selain itu, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung menggunakan sapaan khas Lampung seperti Kiyay, Atu, Adin, Ses dalam mengkampanyekan GERMAS melalui media online.

Selain itu, Dinas Kesehatan Provinsi Lampung juga mendapatkan penghargaan “Pastika Prama” karena memiliki Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2017 tentang Kawasan Tanpa Rokok dan telah mengimplementasikan di seluruh wilayahnya. Dengan adanya kampanye GERMAS, pemerintah berharap masyarakat Indonesia dapat membentuk pola hidup sehat dan meninggalkan kebiasaan yang tidak sehat. Jika masyarakat Indonesia sehat maka beban biaya pelayanan kesehatan berkurang dan dapat dialokasikan ke APBD untuk biaya pembangunan di Indonesia. Menurut pihak Dinas Kesehatan Provinsi Lampung, hanya terdapat hal-hal kecil yang menjadi faktor penghambat seperti masalah waktu, sering kali terjadi *miss communication* antara pihak Provinsi dan Kabupaten dalam merencanakan jadwal sosialisasi. Selain itu, masih rendahnya komitmen pimpinan dan keterlibatan peran instansi/lembaga di luar Pemerintah untuk ikut menyukseskan kampanye GERMAS. Kemudian hanya 20% masyarakat yang sadar akan pentingnya kesehatan, hal itu yang membuat Institusi khawatir akan keberhasilan kampanye GERMAS.

## **B. Saran**

### **1. Saran Akademik**

- a) Penelitian mengenai kampanye komunikasi GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu direkomendasikan pada penelitian selanjutnya untuk dapat lebih banyak menggali informasi sehingga dapat mengungkap lebih banyak lagi mengenai pelaksanaan kampanye GERMAS yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lampung
- b) Peneliti juga menyarankan pada penelitian selanjutnya untuk memilih model kampanye komunikasi yang berbeda dari penelitian ini agar dapat menjadi penelitian pendukung dari penelitian ini.

### **2. Saran Praktis**

Adapun peneliti memberikan saran kepada Dinas Kesehatan Provinsi Lampung yaitu :

- a) Dinas Kesehatan Provinsi Lampung diharapkan dapat lebih memperat komunikasi dengan pihak Kabupaten/Kota, agar tidak terjadi *miss communication* dalam merencanakan jadwal sosialisasi.
- b) Dinas Kesehatan Provinsi Lampung diharapkan membentuk kerjasama dengan instansi atau lembaga diluar Pemerintah agar kampanye GERMAS dapat lebih sukses diselenggarakan.
- c) Kegiatan senam sosialisasi GERMAS diharapkan dapat menjadi agenda rutin setiap minggunya.

## **C. Keterbatasan Penelitian**

1. Penelitian ini hanya membahas pelaksanaan kampanye GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) pada tahun 2017 saja. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat membahas kampanye GERMAS pada tahun-tahun selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU :

Allison, Michael., Jude Kaye. (2005). *Perencanaan Strategis bagi Organisasi Nirlaba*. Yogyakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Cho, H. (2012). *Health Communication Message Design Theory and Practice*. Amerika: SAGE Publications, Inc.

Larson, Charles U. (1989). *Persuasion: Reception and Responsibility*. California: Wadsworth Publishing Company.

Liliweri, Alo. (2008). *Dasar-Dasar Komunikasi Kesehatan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

McMillan, James H., Sally Schumacher. 2003. *Research in Education*. New Jersey: Pearson.

Notoadmojo, S. (2005). *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Patilima, Hamid. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Schiavo, Renata. (2007). *Health Communication : From Theory to Practice*. Hoboken: John Wiley & Sons.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sukmadinata, Nana Syaodih. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Terry, George R. (2016). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

Thomas, Richard K. (2016). *Health Communication*. New York: Springer.

Venus, Antar. (2004). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama.

Venus, Antar. (2013). *Manajemen Kampanye*. (edisi revisi). Bandung: Simbiosis Rekatama

### INTERNET :

Damhuri, Elba. *Menkes : Baru 20 Persen Masyarakat Sadar Akan Kesehatan*. <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/17/10/26/oye37v440-menkes-baru-20-persen-masyarakat-sadar-kesehatan>. Diakses pada 17 Maret 2018.

Ficardo, Muhammad Ridho. *Peraturan Gubernur Lampung Nomor 38 Tahun 2017 Tentang Pedoman Pelaksanaan GERMAS di Provinsi Lampung*. <http://dinkes.lampungprov.go.id/wp-content/uploads/2017/09/PERGUB-No.-38-Th.-2017-Tentang-GERMAS-di-Prov.-Lampung-pdf-1.pdf>. Diakses pada 17 Maret 2018.

Kementrian Kesehatan RI. *GERMAS Wujudkan Indonesia Sehat*. <http://www.depkes.go.id/article/view/16111500002/germas-wujudkan-indonesia-sehat.html>. Diakses pada 17 Maret 2018.

Kementrian Kesehatan RI. *Kebijakan Nasional Promosi Kesehatan*. <http://opac.fkik.uin-alauddin.ac.id/repository/BK2005-G20.pdf>. Diakses pada 17 Mei 2018.

Kementrian Kesehatan RI. *Pedoman Pelaksanaan Promosi Kesehatan di Puskesmas*. <http://www.depkes.go.id/resources/download/promosi-kesehatan/pedoman-pelaksanaan-promosi-kesehatan-di-puskesmas.pdf>. Diakses pada 17 Mei 2018.

Kementrian Kesehatan RI. *Penyakit Tidak Menular*. <http://www.depkes.go.id/folder/view/01/structure-publikasi-pusdatin-buletin.html>. Diakses pada 17 Maret 2018.

Kementrian Kesehatan RI. *Promosi Kesehatan*. <http://bppsdmk.kemkes.go.id/pusdiksdmk/wp-content/uploads/2017/08/Promkes-Komprehensif.pdf>. Diakses 17 Mei 2018.

Kurniawan, Effran. *Senam Germas Lampung Raih Rekor Muri*. <http://www.lampost.co/berita-senam-germas-lampung-raih-rekor-muri>. Diakses 17 Maret 2018.

Rimer, K.Barbara., dan Matthew Kreuter. *Advancing Tailored Health Communication: A Persuasion and Message Effects Perspective*. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1460-2466.2006.00289.x>. Diakses pada 17 Mei 2018.

World Health Organization. *The Ottawa Charter for Health Promotion*. <http://www.who.int/healthpromotion/conferences/previous/ottawa/en/index3.html>. Diakses pada 17 Mei 2018.

Widodo, Joko. *Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2017 tentang Gerakan Masyarakat Hidup Sehat*. [http://www.kesmas.kemkes.go.id/assets/upload/dir\\_519d41d8cd98f00/files/Inpres-Nomor-1-Tahun-2017-tentang-Gerakan-Masyarakat-Hidup-Sehat\\_674.pdf](http://www.kesmas.kemkes.go.id/assets/upload/dir_519d41d8cd98f00/files/Inpres-Nomor-1-Tahun-2017-tentang-Gerakan-Masyarakat-Hidup-Sehat_674.pdf). Diakses pada 17 Maret 2018.

#### JURNAL ONLINE :

Chandra, Alodia Libertine. (2014). *Strategi Kampanye “Breast Cancer Awareness Month”*. Jurnal E-Komunikasi. Vol. 2 (1), 2014. Diambil dari: <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/1759/1609>. (10 September 2018)

Mana, Polikarpus Manase., Hafied Cangara., dan Muhadar. (2014). *Strategi Komunikasi Kampanye Pengendalian Minuman Beralkohol (PERDA No. 11 Tahun 2012) Oleh Pemerintah Kabupaten Sikka*. Jurnal Komunikasi KAREBA. Vol. 3 (2), April-Juni 2014. Diambil dari: <http://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/viewFile/582/405>. (20 Maret 2018).

Rahmadiana, Metta. (2012). *Komunikasi Kesehatan : Sebuah Tinjauan*. Jurnal Psikogenesis. Vol. 1 (1), Desember 2012. Diambil dari: <http://academicjournal.yarsi.ac.id/ojs-2.4.6/index.php/Jurnal-Online-Psikogenesis/article/viewFile/38/19>. (10 April 2018)

Ri'aeni, Ida. (2015). *Strategi Perencanaan Komunikasi Dalam Kampanye “Ayo Makan Ikan”*. Jurnal Signal. Vol. 3 (2), 2015. Diambil dari: <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/Signal/article/view/641/385>. (10 September 2018)

Wahyudin, Uud. (2016). *Membangun Model Kampanye Komunikasi Kesehatan PHBS di Jawa Barat*. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi. Vol. VI (2), Desember 2016. Diambil dari: <https://repository.unikom.ac.id/51326/1/3.uud-wahyudin.pdf>. (26 Maret 2018).

#### SKRIPSI DAN TESIS :

Jeratallah, Aram Dani. (2015). *Strategi Komunikasi Kampanye ASI Eksklusif oleh AIMI Jateng (Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia)* (Tesis). Semarang (ID): Universitas Diponegoro.

Nanjaya, Dwi Mayangga. (2017). *Strategi Kampanye Humas Dinas Kesehatan Kota Jambi dalam Mensosialisasikan Program Imunisasi Pada Anak* (Skripsi). Yogyakarta (ID): Universitas Islam Indonesia.

Pratiwi, Wahyu. (2017). *Kampanye Perilaku Hidup bersih dan Sehat (PHBS) (Studi Deskriptif Pelaksanaan Kampanye PHBS oleh Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta melalui Tempat Ibadah pada Tahun 2013-2016)* (Tesis). Yogyakarta (ID): Universitas Gajah Mada.

