

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya di Kabupaten Kulon Progo tingkat angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB) mengalami naik turun. Menurut data Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo kasus Kematian Ibu pada tahun 2015 mengalami penurunan angka kematian yaitu 2 kasus kematian ibu (AKI) hal ini adalah capaian terkecil dinas kesehatan Kabupaten Kulon Progo selama kurun waktu tahun 2015. Pada tahun 2016 Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo mempunyai misi menurunkan angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB) di Kabupaten Kulon Progo menjadi 0%. Akan tetapi pada tahun 2016 diketahui angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB) meningkat dari yang semula 2 kasus kematian ibu (AKI) menjadi 7 kasus kematian ibu (AKI) ,data tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 1.1 Angka Kematian Ibu (AKI) dan Angka Kematian Bayi (AKB) Periode 2015-2016

Tahun	Kasus Ibu	Kasus Bayi
2015	2	48
2016	7	51

Sumber: Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo Tahun 2016

Berdasarkan data dari Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo dapat dilihat angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB) di Kabupaten Kulon Progo mengalami peningkatan angka kematian. Capaian ini tidak sesuai dengan misi yang ditetapkan pada tahun 2016 yaitu menurunkan angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB) di Kabupaten Kulon Progo menjadi 0%. Padahal Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo memiliki beberapa program promosi kesehatan untuk menurunkan angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB). Berikut beberapa program promosi kesehatan pada tahun 2016 yang bertujuan untuk menurunkan angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB) :

Tabel 1.2 Program Promosi Kesehatan Dinas Kesehatan Kulon Progo pada tahun 2016

No	Nama Program Promosi Kesehatan
1.	Kelas Ibu Hamil
2.	ANC Terpadu (Ante Natal Care)
3.	Rindu KIA

Sumber : Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo tahun 2016

Program promosi kesehatan untuk menurunkan angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB) adalah Kelas Ibu Hamil yang merupakan salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat melalui sarana belajar kelompok untuk membahas permasalahan tentang kehamilan,

persalinan, nifas, KB pasca bersalin, pencegahan komplikasi, perawatan bayi baru lahir dan aktivitas fisik/senam ibu hamil.

Program promosi kesehatan yang kedua yaitu Ante Natal Care Terpadu (ANC) merupakan salah satu program untuk mengurangi angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB). ANC Terpadu merupakan salah satu program yang dapat mendeteksi setiap ibu hamil dengan berbagai resiko komplikasi.

Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo membuat Jejaring di WhatsApp Group yang bernama Rindu KIA untuk menangani kasus kematian Ibu dan Bayi secara cepat dan tepat. Dinas Kesehatan menggunakan WhatsApp karena bisa mencakup beberapa orang didalamnya dan bisa saling melihat, menyimak, dan merespon.

Berikut adalah kutipan wawancara Ibu Suhartini selaku Kepala Seksi Pelayanan Kesehatan Keluarga :

“Kalau Kabupaten Kulon Progo sebenarnya angka kematian Ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB) tidak terlalu tinggi , tapi Dinas Kesehatan memang mau membuat angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB) menjadi 0% tingkat kematian. Dan kita mempunyai beberapa program untuk menurunkannya seperti Kelas Ibu Hamil, Rindu KIA,ANC. Nah itu sama-sama untuk menurunkan angka kematian Ibu dan bayi” .
[wawancara; Ibu Suhartini,SKM,MPH, Kepala Seksi Pelayanan Kesehatan Keluarga; Rabu 1 Februari 2017 09:25:30]”

Berkaitan dengan latar belakang masalah yang diperoleh diatas maka peneliti tertarik untuk mengetahui Bagaimanakah Aktivitas Promosi Kesehatan Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo pada tahun 2016

yang bertujuan untuk menurunkan angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKI).

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana Aktivitas Promosi Kesehatan yang dilakukan Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo untuk menurunkan angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB) pada tahun 2016 ?
2. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat Aktivitas Promosi Kesehatan yang dilakukan Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo untuk menurunkan angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB) pada tahun 2016 ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari Aktivitas Promosi Kesehatan Dinas Kesehatan yang dilakukan Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo untuk menurunkan angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB) pada tahun 2016 adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui aktivitas promosi kesehatan yang dilakukan Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo untuk menurunkan angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB).

2. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan promosi kesehatan pada tahun 2016.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi atau dapat menambah pengetahuan bagi ilmu komunikasi mengenai aktivitas promosi kesehatan.

2. Manfaat Praktis, penelitian ini diharapkan :

- a) Dapat menjadi sarana pengembangan wawasan bagi suatu instansi, dalam hal ini Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo dalam melakukan aktivitas promosi kesehatan.
- b) Bagi peneliti, dapat menambah wawasan dan pemahaman tentang aktivitas promosi kesehatan sehingga dapat mengaplikasikan teori-teori yang didapat selama kuliah dalam dunia kerja.

E. KERANGKA TEORI

1. Promosi Kesehatan

- a) **Definisi Promosi kesehatan**

Promosi kesehatan merupakan alat yang sangat penting untuk mempromosikan atau memperkenalkan pentingnya kesehatan bagi lingkungan masyarakat agar terbentuknya masyarakat yang sehat dan terhindar dari segala macam bentuk penyakit yang dapat mematikan.

Menurut pendapat Gordon B.Davis yang menyatakan bahwa “Informasi adalah data yang telah di proses ke dalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi si penerima dan mempunyai nilai nyata dan terasa bagi keputusan saat itu atau keputusan mendatang” (Effendy, 1989:76)

Promosi kesehatan melalui sosial media pada era modern saat ini sangat membantu untuk mempromosikan atau memperkenalkan suatu program di sebuah instansi agar yang bersangkutan dapat dengan cepat mengetahui sebuah informasi yang akurat. Sehingga fungsi promosi adalah untuk mengkomunikasikan program-program secara persuasif kepada audience untuk mendorong terciptanya transaksi pertukaran antara sebuah instansi dengan audience.

Menurut (Efendi & Makhfudli, 2009:101) promosi kesehatan adalah proses untuk meningkatkan kesadaran masyarakat atau kelompok agar memelihara dan melindungi kesehatan melalui pengetahuan dan kemauan yang dilakukan oleh masyarakat sesuai dengan faktor budaya setempat.

Menurut (Novita dan Franciska, 2011:2) promosi kesehatan adalah sebuah proses meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang pentingnya kesehatan dengan upaya terjadinya suatu perubahan perilaku masyarakat dan merupakan program kesehatan yang

dirancang untuk membawa perbaikan atau perubahan dalam individu, masyarakat dan lingkungan.

Ada beberapa definisi promosi kesehatan menurut beberapa pakar (wahit, 2011:4) :

1) WHO (1984).

Promosi Kesehatan adalah sebuah proses yang memungkinkan suatu individu dalam meningkatkan dan mengembangkan kesehatan mereka.

2) Green (1984).

Promosi Kesehatan adalah suatu pendidikan tentang pentingnya kesehatan yang terkait dengan ekonomi, politik dan organisasi untuk mempermudah adanya perubahan perilaku dan lingkungan.

3) Ottawa Charter (1986).

Promosi kesehatan merupakan suatu proses yang bertujuan meningkatkan individu untuk mengontrol kesehatan mereka.

4) Pender (1996).

Promosi Kesehatan adalah memberikan suatu motivasi kepada individu untuk meningkatkan serta mewujudkan sebuah kesehatan.

5) Victorian Health Foundation, Australia (1997)

Promosi Kesehatan adalah suatu program yang didesain untuk membuat perubahan di dalam individu, organisasi, dan

lingkungan [*“...aprogram are design to bring about ‘change’ within people, organization,communities and their environment”*].

6) Gillies (1998).

Promosi kesehatan merupakan suatu cara yang digunakan untuk menggambarkan suatu aktivitas yang menjelaskan tentang pendidikan kesehatan dan pencegahan penyakit.

7) Green dan Ottoson (1998).

Promosi kesehatan adalah menyatukan berbagai dukungan yang menyangkut pendidikan,organisasi,kebijakan,dan peraturan perundang-undangan agar terdapat perubahan lingkungan dan perilaku yang menguntungkan kesehatan.

8) Bangkok Charter (2005).

Promosi kesehatan adalah sebuah proses yang memungkinkan seseorang untuk meningkatkan kemampuan mengontrol kesehatan, sehingga meningkatkan derajat kesehatanmereka.

Promosi Kesehatan menurut Departemen Kesehatan RI., (2004) adalah suatu bentuk upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat melalui pembelajaran untuk masyarakat, agar mereka dapat menolong dirinya sendiri, serta mengembangkan kegiatan yang bersumber daya masyarakat,sesuai dengan sosial budaya

setempat dan didukung oleh kebijakan publik yang berwawasan kesehatan. (kholid 2012:2).

Promosi Kesehatan adalah bentuk sebuah aktivitas atau peristiwa untuk memfasilitasi individu atau kelompok agar mereka mampu meningkatkan kesehatan mereka. (Francisca,Tina 2010:70)

Batasan promosi kesehatan juga mengalami berbagai ragam perkembangan yaitu (kholid 2012:6) :

- 1) Ottawa merumuskan batasan promosi kesehatan, yang lebih luas dan padat :Promosi Kesehatan adalah sebuah proses untuk masyarakat agar mampu memelihara dan meningkatkan kesehatan mereka.
- 2) Yayasan Kesehatan dari Victoria Australia (*VicHealth,1996*) merumuskan definisi yang lebih tegas dan jelas yakni Promosi Kesehatan adalah suatu proses untuk melakukan sebuah perubahan perilaku, organisasi, komunitas, dan lingkungannya.
- 3) Promosi Kesehatan terus berkembang, yang menyebabkan WHO harus merumuskan kembali batasan Promosi Kesehatan, sebagai berikut : *“Health promotion is the process of enabling individuals and communities to increase control over the determinants of health and thereby improve their health”* (WHO 2013).

Promosi Kesehatan pada intinya adalah suatu pemberdayaan segala kekuatan yang ada dalam diri masyarakat melalui upaya

preventif, seperti pendidikan kesehatan, penyuluhan kesehatan dan serangkaian kegiatan lainnya (KIE, pemasaran sosial dan mobilisasi sosial) untuk mencapai derajat kesehatan masyarakat yang optimal.(Maulana 2009:274)

Menurut buku (Effendi dan Makhfudli 2009:101) Promosi Kesehatan adalah sebuah upaya untuk masyarakat agar memelihara, meningkatkan dan melindungi kesehatan mereka melalui peningkatan pengetahuan, kemauan dan kemampuan yang dilakukan oleh masyarakat sesuai dengan faktor budaya mereka. Yang ingin dicapai melalui pendekatan ini adalah meningkatkan kesadaran, kemauan, dan keterampilan untuk berperilaku hidup bersih dan sehat (Depkes RI,2006)

Dari beberapa definisi diatas Promosi Kesehatan adalah bentuk suatu proses membuat orang lebih mengenal tentang kesehatan agar terciptanya perubahan hidup yang sehat di suatu lingkungan. Promosi Kesehatan dapat dilakukan dengan memberikan sosialisasi atau dengan berupa motivasi agar masyarakat dapat merubah perilaku di lingkungan mereka agar hidup sehat.

Menurut Henrik L. Blum (1974) dalam buku Hari D. J. Maulana (2009), terdapat empat faktor yang mempengaruhi kesehatan yaitu :

- 1) Faktor lingkungan (*Environment*), mencakup lingkungan fisik, sosial, budaya, politik ekonomi, dan sebagainya.

- 2) Faktor perilaku (*Behavior*)
- 3) Faktor pelayanan kesehatan (*Health Service*), mencakup pencegahan, pengobatan dan rehabilitasi.
- 4) Faktor keturunan (*Heredity*).

Faktor-faktor diatas sangat berpengaruh terhadap kesehatan satu dengan yang lainnya. Kesehatan yang optimal dapat dilakukan bila keempat faktor tersebut dilakukan secara optimal juga.

Dengan diadakannya promosi kesehatan, terdapat banyak sekali perubahan yang terjadi di masyarakat misalnya adalah:

- 1) Terciptanya lingkungan yang sehat di kalangan masyarakat,
- 2) Masyarakat mendapatkan pemahaman yang baik tentang pentingnya sebuah kesehatan dan cara hidup sehat,
- 3) Terlayannya masyarakat dengan pengobatan yg optimal agar dapat menegah kematian.
- 4) Terjadinya perubahan perilaku hidup sehat yang dilakukan masyarakat agar terhindar dari segala jenis penyakit.

Menurut (Dalton dkk,2001; Green dkk,1991) minimnya partisipasi masyarakat membuat promosi kesehatan tidak dapat bertahan dalam waktu jangka panjang, sehingga kondisi kesehatan masyarakat menurun (Francisca dkk:2010 65-81).

b) Tujuan Promosi Kesehatan

Tujuan Promosi Kesehatan adalah masyarakat mampu memelihara dan meningkatkan kesehatan mereka sendiri. Hal ini sejalan dengan undang-undang Kesehatan NO.23 tahun 1992 yaitu meningkatkan kemampuan masyarakat untuk memelihara dan meningkatkan derajat kesehatan baik fisik, mental, dan sosialnya sehingga produktif secara ekonomi dan sosial. (Novita dan Franciska 2011:3)

Menurut (Mubarak 2011:6) tujuan utama promosi kesehatan adalah agar setiap orang atau masyarakat mampu :

- 1) Memelihara dan meningkatkan kesehatan masyarakat;
- 2) Menciptakan suatu keadaan, yakni perilaku dan lingkungan yang kondusif bagi kesehatan;
- 3) Menetapkan masalah dan kebutuhan mereka sendiri serta menjadikan kesehatan sebagai sesuatu yang bernilai di masyarakat;
- 4) Memahami apa yang dapat mereka lakukan dengan sumber daya yang ada pada mereka ditambah dengan dukungan dari luar untuk mengatasi masalahnya;
- 5) Mendorong individu agar mampu secara mandiri/kelompok mengadakan kegiatan untuk mencapai tujuan hidup sehat;
- 6) Mendorong pengembangan dan penggunaan secara tepat sarana pelayanan kesehatan yang ada;

- 7) Memutuskan kegiatan yang paling tepat untuk meningkatkan taraf hidup sehat dan kesejahteraan masyarakat.

Sedangkan menurut Wong (1974), tujuan promosi kesehatan adalah:

- 1) Agar masyarakat memiliki tanggung jawab yang lebih besar pada kesehatan serta keselamatan lingkungan dan masyarakat;
- 2) Agar orang melakukan langkah dalam mencegah hal-hal yang memperparah terjadinya penyakit dan mencegah keadaan ketergantungan melalui rehabilitasi cacat yang disebabkan penyakit;
- 3) Agar orang memiliki pengertian yang lebih baik tentang eksistensi atau perubahan-perubahan sistem dengan memanfaatkannya secara efisiensi dan efektif;
- 4) Agar orang mempelajari apa yang dapat dia lakukan sendiri dan bagaimana caranya dengan tanpa selalu meminta pertolongan kepada sistem pelayanan kesehatan yang formal.

Dari beberapa definisi diatas tujuan promosi kesehatan adalah agar masyarakat mampu memelihara kesehatan dan menjaga lingkungan menjadi lebih baik dan sehat. Dan untuk mencegah beberapa penyakit di lingkungan. Agar masyarakat dapat memahami sendiri dan bisa melakukan sendiri tentang pencegahan penyakit atau bagai mana cara hidup yang sehat dan benar tanpa

bantuan medis. Agar terciptanya masyarakat yang sehat dilingkungan yang bersih dan sehat.

Menurut (early, 2002) promosi bertujuan untuk menambah wawasan pengetahuan atau wawasan seperti yang dilakukan para profesional promosi kesehatan (Watrimena dkk, 2014:19-29)

Menurut (Notoatmodjo, 2003:54) ruang lingkup promosi kesehatan berdasarkan susunan pelaksanaannya dikelompokkan menjadi :

- 1) Promosi kesehatan pada tatanan keluarga
- 2) Promosi kesehatan pada tatanan sekolah
- 3) Promosi kesehatan pada tatanan tempat kerja
- 4) Promosi kesehatan pada tatanan tempat umum
- 5) Promosi kesehatan pada tatanan fasilitas pelayanan kesehatan

c) **SASARAN PROMOSI KESEHATAN**

Sasaran Promosi Kesehatan dibagi dalam tiga kelompok sasaran yaitu sebagai berikut (novita dan franciska: 2011:4) :

- 1) Sasaran Primer (*Primary Target*)

Masyarakat menjadi sasaran langsung kegiatan promosi kesehatan misalnya : kepala keluarga, ibu hamil, ibu menyusui untuk masalah kesehatan ibu dan anak (KIA), anak sekolah untuk kesehatan remaja dan lainnya.

2) Sasaran Sekunder (*Secondary Target*)

Sasaran sekunder misalnya para tokoh masyarakat, tokoh agama, dan tokoh adat. Dengan memberikan pengetahuan tentang kesehatan kepada beberapa tokoh ini akan memberikan pengetahuan juga terhadap masyarakat di sekitarnya. Apabila para tokoh tersebut berperilaku sehat hasil dari pendidikan kesehatan yang diterimanya, maka dapat menjadi contoh perilaku sehat bagi masyarakat disekitarnya.

3) Sasaran Tersier (*Tertiary Target*)

Sasaran Tersier adalah pembuat keputusan atau penentu sebuah kebijakan baik di tingkat pusat maupun daerah. Kebijakan-kebijakan yang dibuat akan berdampak baik terhadap sebuah perilaku masyarakat dan tokoh masyarakat.

d) MEDIA PROMOSI KESEHATAN

Media dalam promosi kesehatan dapat diartikan sebagai alat bantu promosi kesehatan yang dapat dilihat, didengar, diraba, dirasa atau dicium, untuk memperlancar komunikasi dan penyebaran informasi (kholid, 2012:126).

Tujuan media Promosi Kesehatan (Mubarak, 2011:118)

- 1) Media dapat mempermudah penyampaian informasi,
- 2) Media dapat menghindari kesalahan persepsi,
- 3) Media dapat memperjelas informasi,

- 4) Media dapat mempermudah pengertian.
- 5) Media dapat mengurangi komunikasi yang verbalistik,
- 6) Media dapat menampilkan objek yang tidak bisa ditangkap mata,
- 7) Media dapat memperlancar komunikasi.

Dalam media promosi kesehatan diperlukannya langkah-langkah dalam menentukan media yang digunakan. Adapun langkah-langkahnya (mubarak, 2011:118-119) :

- 1) Menetapkan tujuan

Tujuan harus realistis, jelas dan dapat diukur (apa yang diukur, siapa sasaran yang akan diukur, seberapa banyak perubahan akan diukur, berapa lama dan dimana pengukuran dilakukan). Penetapan tujuan merupakan dasar untuk merancang media promosi dan merancang evaluasi.

- 2) Menetapkan segmentasi sasaran.

Segmentasi sasaran adalah suatu kegiatan memilih kelompok sasaran yang tepat dan dianggap sangat menentukan keberhasilan promosi kesehatan. Tujuannya untuk memberikan pelayanan sebaik-baiknya, memberikan kepuasan pada masing-masing segmen, serta penempatan media.

- 3) Memposisikan pesan (*positioning*)

Memposisikan pesan adalah upaya menempatkan suatu produk perusahaan, individu atau apa saja ke dalam alam

pikiran sasaran atau konsumennya. *Positioning* membentuk citra.

4) Menentukan strategi *positioning*

Identifikasi para pesaing, termasuk persepsi konsumen, menentukan posisi pesaing, menganalisis preferensi khalayak sasaran, menentukan posisi merek produk sendiri, serta mengikuti perkembangan posisi.

5) Memilih media promosi kesehatan

Memilih media berdasarkan pada selera khalayak sasaran. Media yang dipilih harus memberikan dampak yang luas. Setiap media akan memberikan peranan yang berbeda-beda. Penggunaan media secara serempak dan terpadu akan meningkatkan cakupan, frekuensi dan efektivitas pesan.

Seiring dengan meningkatnya teknologi saat ini sangat membutuhkan kreativitas seseorang dalam menggunakan media untuk dipublikasikan kepada publik/masyarakat, semakin pandai kreatif kita dalam menyiasati bentuk media promosi yang kita gunakan akan semakin efektif dan dapat mengenai sasaran yang kita harapkan. Terdapat beberapa contoh media promosi yang digunakan sebagai sarana untuk melakukan suatu promosi kesehatan antara lain (kholid, 2012:137) :

- 1) Media cetak : poster, leaflet, baligho, spanduk, umbul-umbul, X-Banner, Gimmick, One Way Vision Stcker/Branding, media massa (koran/majalah/tablodi dan lain-lain).
- 2) Media Audio Visual : televisi, radio, film, iklan
- 3) Media internet : jejaring sosial/*social network*

Menurut (Wahit 2011:119-120) media dapat digolongkan berdasarkan dua bentuk yaitu :

- 1) Berdasarkan bentuk umum penggunaan.
 - 1.1 Bahan Bacaan misalnya modul, buku rujukan/ bacaan, *leaflet* majalah, buletin, tabloid dan lain-lain.
 - 1.2 Bahan Peragaan misalnya poster tunggal, poster seri, *flip chart*, transparansi, slide, film, dan lain-lain.
- 2) Berdasarkan cara produksi.

2.1 Media cetak

Media cetak adalah sebuah media yang mengutamakan pesan-pesan visual, biasanya terdiri atas gambaran sejumlah kata, gambar atau foto. Contohnya poster, *leaflet*, brosur, majalah, surat kabar, lembar balik, stiker dan pamflet.

2.2 Media elektronik

Media elektronik adalah sebuah media bergerak, dapat dilihat, didengar untuk menyampaikan pesannya melalui alat bantu elektronik. Contohnya televisi, radio,

kaset, CD, DVD, VCD, dan lain-lain. Kelebihan dari media elektronik adalah sudah banyak dikenal oleh masyarakat, lebih mudah dipahami, lebih menarik karena terdapat suara dan gambar, adanya tatap muka, serta dapat diulang-ulang jika digunakan sebagai alat diskusi atau kerja kelompok.

3. Media luar ruang

Media luar ruang adalah sebuah media yang menyampaikan suatu pesan di luar ruang melalui media cetak dan elektronik. Contohnya papan reklame, spanduk, pameran, banner, TV layar lebar, dan lain-lain.

Media tatap muka adalah media komunikasi pesan yang dapat menggunakan berbagai macam bahasa seperti bahasa lisan, tulisan, bahasa tubuh dan terjadinya umpan balik yang cepat atau terjadi komunikasi dua arah (Hariandja 2002:297)

Metode promosi menggunakan jejaring sosial dapat digunakan sebagai media dalam promosi yang cepat seiring dengan berkembangnya dan bermunculan macam-macam teknologi.

New wave technology adalah teknologi yang memungkinkan konektivitas dan interaksi oleh individu dan grup. Menurut Copeland & Malik (2005), teknologi *new wave* terdiri dari tiga kekuatan utama, yaitu murahnya komputer dan telepon genggam, rendahnya biaya koneksi internet, dan open source. Pada masa

partisipasi, orang membuat berita, ide, dan hiburan sama seperti mereka mengkonsuksinya. Hal ini didukung dengan berkembangnya media sosial. (Kartajaya 2010:67-68)

Media sosial terdiri dari facebook, twitter, instagram, whatsapp.

- 1) Facebook adalah suatu media sosial yang didirikan oleh *Mark Zuckerberg*. Pertumbuhan Facebook sangat cepat di seluruh dunia, popularitas facebook di Indonesia juga meningkat drastis, melebihi lainnya. Bisnis di Facebook bukan hal yang baru lagi. Saat ini banyak sekali orang yang memanfaatkan facebook sebagai tempat bisnis online. Facebook adalah situs jaringan sosial nomor satu di dunia, dengan begitu banyak member atau anggota facebook sangat banyak (Dipanegara, 2011:8)
- 2) Twitter adalah situs jejaring sosial yang berbasis microblog. Fitur utama dari situs ini adalah user dapat mengirimkan pesan yang bisa dibaca oleh semua pengguna yang disebut dengan *tweets*. Tweets ini hanya bisa dikirim dalam jumlah 140 karakter. Kemudian para pengguna lain dapat mengikuti profile seseorang untuk melihat tweets orang yang diikuti, biasa disebut Follower. Tweets juga bisa dilakukan via sms dan aplikasi mobile, sehingga membuat Twitter mudah digunakan setiap kalangan (Adelheid,2013:2).

- 3) Instagram adalah sebuah aplikasi jejaring sosial dengan berbagi foto. Yang menjadi salah satu ciri menarik dari instagram adalah bahwa ada batas foto ke bentuk persegi, miring dengan gambar Kodak Instamatic dan Polaroid, yang sangat berbeda dengan rasio aspek 16:9 sekarang, yang biasanya digunakan oleh kamera ponsel (sharief 2015:2035)
- 4) WhatsApp Messenger tidak begitu banyak mengurangi memory internal dan memiliki menu yang sangat banyak. Dengan menggunakan WhatsApp kita bisa langsung chat dengan orang yang sudah tercantum nomornya di kontak ponsel. Kirim suara juga sangat mendukung, emotion sangat banyak sesuai dengan pilihan kita. Kirim file video, photo, musik bisa langsung klik dibagian atas yang menunjukkan dengan adanya pengiriman file. Peta juga dapat kita tunjukkan (sharief, 2013:47). WhatsApp juga dilengkapi Group dengan menggunakan WhatsApp Group bisa terhubung dengan orang-orang penting seperti keluarga atau rekan kerja. Salah satu kegunaan WhatsApp Group adalah dapat membagikan pesan, foto, dan video hingga 256 orang (www.WhatsApp.com) WhatsApp Group bisa dimanfaatkan oleh suatu perusahaan atau instansi untuk melakukan suatu interaksi, seperti dapat berbagi informasi, memberikan perintah kerja, melakukan suatu promosi dan sebagainya.

Generasi baru ini memungkinkan kita untuk berkomunikasi, berpartisipasi, berinteraksi, berbagi, berkomunikasi dan berkolaborasi satu sama lain. Salah satu sifat dari sistem komunikasi adalah mampu menciptakan suasana yang lebih produktif, lebih cepat, lebih efisien, lebih murah dan lain sebagainya. Sehingga menjadi alat yang dapat mempermudah penyampaian suatu pesan emosional (kartajaya, 2010:14&21).

e) Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, referensi yang didapat berdasarkan penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu adalah :

- 1) Penelitian pertama berjudul “Strategi Promosi Kesehatan Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta Dalam Upaya Menurunkan Angka Kematian Ibu, Bayi dan Balita dengan Program Perencanaan Persalinan dan Pencegahan Komplikasi (P4K) 2008-2011” yang disusun oleh Yulista Siti Utami Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi kesehatan Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta dalam upaya untuk menurunkan angka kematian ibu, bayi dan balita dengan Program Persalinan dan Pencegahan Komplikasi dan untuk mengetahui faktor pendorong dan penghambat Program Perencanaan Persalinan dan Pencegahan Komplikasi

(P4K). Adapun hasil yang didapat strategi promosi yang digunakan Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta untuk memperkenalkan Program Pencegahan Persalinan dan Pencegahan Komplikasi (P4K) dengan cara sosialisasi P4K kepada masyarakat ibu hamil dan suami, pembentuk kader pendamping ibu hamil dan melakukan promosi ke berbagai media cetak, elektronik, dan media *cyber*. Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta menjalankan promosi dengan media yaitu *face to face* melalui sosialisasi dan bermedia melalui buku KIA, stiker, *leaflet*, *banner*, radio dan televisi.

- 2) Penelitian kedua berjudul “Strategi Promosi Kesehatan Dinas Kesehatan Kabupaten Bantul Dalam Upaya Penanggulangan Penyakit Leptospirosis” yang disusun oleh Triswi Noor Maghfiroh Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi kesehatan yang dilakukan Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo dalam upaya penanggulangan penyakit leptospirosis dan untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat promosi kesehatan Dinas Kesehatan Kabupaten Bantul dalam upaya penanggulangan penyakit leptospirosis. Adapun hasil yang didapat Dinas Kabupaten Bantul mengadakan promosi yaitu mulai dari mengadakan

gropyokan tikun secara massal, pelatihan kader kesehatan, penyuluhan, dan menggunakan media cetak, media elektronik untuk melakukan promosi kesehatan untuk mensosialisasikan programnya.

Sedangkan dalam penelitian ini yang berjudul “Aktivitas Promosi Kesehatan Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo Dalam Menurunkan Angka Kematian Ibu (AKI) dan Angka Kematian Bayi (AKB) pada tahun 2016” lebih berfokus kepada aktivitas promosi yang dilakukan dengan cara melakukan kegiatan promosi kesehatan dengan masyarakat dan melakukan promosi kesehatan dengan melakukan berbagai macam media. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian pertama adalah pada obyek penelitian dan wilayah penelitian yang dilakukan.

Perbedaan penelitian aktivitas dinas kesehatan Kabupaten Kulon Progo dalam menurunkan angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB) pada tahun 2016 dengan Penelitian kedua yang berjudul Strategi Promosi Kesehatan Dinas Kesehatan Kabupaten Bantul Dalam Upaya Penanggulangan Penyakit Leptospirosis terletak pada obyek penelitiannya dan wilayah penelitian. Pada penelitian kedua peneliti terfokus pada promosi kesehatan untuk penanggulangan penyakit leptospirosis di Kabupaten Bantul, sedangkan penelitian ini berfokus pada aktivitas

promosi kesehatan dalam menurunkan angka kematian ibu dan kematian bayi di Kabupaten Kulon Progo.

F. METODE PENELITIAN

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu berupa data-data yang dihasilkan tidak berwujud dalam angka-angka tetapi dideskripsikan atau dijabarkan melalui data-data yang didapat. Deskriptif yaitu data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, bukan angka-angka yang dapat memberi gambaran dalam penyajian laproan. Sedangkan tujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu masyarakat atau suatu kelompok orang tertentu atau gambaran tentang suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih. (Moleong 2002:6).

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi pada penelitian ini di lakukan di Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta 55651 Telp. (0274) 773011. Pelaksanaan ini akan dilaksanakan dari bulan Januari sampai bulan Maret 2017.

3. Obyek Penelitian

Obyek Penelitian adalah aktivitas promosi kesehatan Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo untuk menurunkan angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB) pada tahun 2016,

yaitutahun dimana terdapat penigkatan angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB) di Kabupaten Kulon Progo.

4. Informan Penelitian

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi peneltian (Lexy J.Moelong 1988:90). Untuk mendapatkan sebuah informasi yang mendalam, peneliti mencari informan yang sesuai dan memahami permasalahan yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini peneliti menetapkan beberapa kriteria yang akan dijadikan sebagai informan yaitu :

- 1) Orang yang memahami dan mempunyai pengalaman dalam pembuatan program Dinas Kesehatan. Dalam hal ini yang dijadikan informan dengan kriteria tersebut adalah Ibu Suhartini,SKM,MPH selaku Kepala Seksi Pelayanan Kesehatan Keluarga di Kabupaten Kulon Progo.
- 2) Fasilitator (pemandu lapangan) yang mempunyai pengalaman dan turut serta dalam pelaksanaan program promosi kesehatan. Drg. Iting Mamiri selaku Kepala Pukesmas Dusun Serang, Sendangsari, Pengasih.
- 3) Kader yang ditunjuk untuk mengikuti pelatihan sebagai moderator untuk beberapa penyuluhan promosi kesehatan yaitu ibu Mulyani warga desa Pengasih Kabupaten Kulon Progo.

- 4) Masyarakat sebagai penerima manfaat program promosi kesehatan yang turut aktif di setiap program promosi kesehatan pada tahun 2016 yaitu salah satu warga hamil Ibu Fika warga Pengasih Kabupaten Kulon Progo.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data-data dari sumber yang ada sesuai dengan masalah yang diteliti untuk mendukung penelitian ini adalah :

- 1) Interview (Wawancara)

Wawancara menurut (Nasution 2001:113) adalah suatu bentuk komunikasi verbal jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi. Dalam penelitian ini menggunakan wawancara tidak berstruktur (bebas) yaitu wawancara boleh menanyakan apa saja yang dianggap perlu dalam situasi wawancara.

Pengumpulan data wawancara dengan bertanya langsung kepada Kepala Seksi Pelayanan Kesehatan Keluarga yaitu bagaimana aktivitas promosi kesehatan yang dilakukan Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo untuk menurunkan angka kematian ibu (AKI) dan angka kematian bayi (AKB) periode 2015. Definisi dari Lincoln dan Guba dalam buku Lexy J. Moleong (1985:266) wawancara adalah mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan,

motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain. Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu (Mulyana 2004:180).

2) Dokumentasi

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi. Studi dokumen adalah metode yang dilakukan dengan mempelajari atau menggali data dari buku, surat kabar, arsip-arsip, foto-foto, gambar, artikel atau sebagainya.

Pengumpulan data yang diperoleh dengan mengutip data-data dari buku, foto-foto, sumber informasi dari Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo dan juga sumber lain yang sangat mendukung penelitian serta memperoleh pengetahuan tentang masalah yang diteliti, mencari landasan teori dan menguatkan konsep yang digunakan.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Bogdan dan Taylor (1975:79) adalah sebagai proses mengurutkan data atau mengorganisasikan data ke dalam sebuah pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis atau ide seperti yang

disarankan oleh data (Moleong 2001:103). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan dengan verifikasi saat proses pengumpulan data, selama proses pengumpulan data berlangsung.

7. Uji Validitas Data

Dalam penelitian ini teknik yang dilakukan dalam uji validitas data yaitu dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik yang digunakan untuk pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk sebagai pembanding terhadap data. Menurut Denzin (1978) Triangulasi dibedakan menjadi empat macam yaitu triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori.

Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan Triangulasi sumber sebagai teknik digunakan dalam validitas data. Triangulasi menurut Patton dalam buku “Metodologi Penelitian Kualitatif” berarti membandingkan atau mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal tersebut dapat dilihat dengan :

- a) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b) Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi

- c) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu
- d) Membandingkan keadaan dan perspektif seorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
- e) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Dalam penelitian ini hanya menggunakan dua cara yaitu : (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara data dan (2) Membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan.

8. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI

Pada gambaran umum instansi berisi tentang gambaran umum Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo, visi dan misi, kebijakan, program kerja, kegiatan serta struktur organisasi.

BAB III SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini berisi tentang sajian data dan analisis data

BAB IV PENUTUP

Pada bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dari peneliti dan saran-saran dari peneliti untuk instansi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA