

BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. SAJIAN DATA

Kampanye Germas adalah salah satu program yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Banten yang pada awal mulanya diinisiasi oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Kegiatan Germas ini bertujuan untuk mengkampanyekan gerakan memasyarakatkan untuk hidup sehat. Dengan adanya kampanye Germas ini, diharapkan masyarakat Banten lebih peduli dengan kesehatannya.

Kegiatan kampanye Germas ini bertujuan untuk meningkatkan pentingnya 1) melakukan aktifitas fisik 2) Mengonsumsi sayur dan buah 3) Tidak merokok 4) Tidak mengonsumsi alcohol 5) Memeriksa kesehatan secara rutin 6) membersihkan lingkungan 7) Menggunakan jamban. Akan tetapi pada tahap ini Dinas Kesehatan Provinsi Banten melalui arahan Kementerian Kesehatan baru mengkampanyekan 3 isu yaitu 1) melakukan aktifitas fisik 2) Memeriksa kesehatan secara rutin 3) Mengonsumsi sayur dan buah. Kurangnya kesadaran masyarakat untuk menjaga kesehatan yang ada di Banten merupakan sebuah hal yang tidak bisa di pandang sebelah mata. Kesehatan adalah suatu hal yang penting oleh sebab itu untuk membangun suatu daerah kedepannya tidak hanya dibutuhkan infrastruktur yang baik namun juga sumber daya manusianya yang sehat jasmani maupun rohani.

Dalam bab III ini peneliti akan menjelaskan dan memaparkan hasil data yang telah didapatkan selama melakukan penelitian di Dinas Kesehatan Provinsi Banten, serta beberapa observasi kampanye Germas di lapangan sebagai bahan

perbandingan kampanye Germas yang diadakan tahun 2017 di Banten. Pada bab III ini juga kemudian peneliti akan melakukan analisis data yang ditemukan setelah melakukan penelitian baik di Dinas Kesehatan Provinsi Banten ataupun dilapangan, untuk kemudian di analisis dengan teori yang digunakan pada kerangka teori yang ada di dalam bab I.

1. Tahapan perencanaan kampanye Germas Dinas Kesehatan Provinsi Banten

Dalam menciptakan sebuah kampanye yang efektif dan efisien dalam sebuah kajian komunikasi, haruslah mementingkan sebuah proses atau tahapan perencanaan yang baik dan benar. Dalam hal ini, kampanye tidak semerta-merta ada dan langsung di realisasikan namun harus melalui serangkaian tahapan- tahapan untuk menciptakan sebuah kampanye yang efektif dan efisien. Ane Gregory dalam bukunya mengatakan bahwasanya dalam sebuah perencanaan kampanye setidaknya ada 10 tahapan yang harus di lalui yang mana tahapan- tahapan itu adalah :

a. Tahapan pertama : Analisis Masalah

Tahap awal dari sebuah perencanaan strategi kampanye adalah tahapan analisis masalah, dalam hal ini analisis masalah dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang terjadi di tengah-tengah masyarakat. Kampanye Germas adalah sebuah kampanye yang diinisiasi oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas kesehatan pada masyarakat dan menurunkan angka kematian akibat penyakit tidak menular. Indonesia saat ini sedang

mengalami transisi epidemiologi yang ditandai dengan meningkatnya kematian dan kesakitan akibat Penyakit Tidak Menular (PTM) seperti stroke, jantung, diabetes dan lain-lain. Meskipun kesakitan dan kematian akibat penyakit menular (PM) semakin menurun, prevalensi penyakit secara umum masih cukup tinggi. Periode 1990-2015, pola kematian akibat PTM semakin meningkat (37 % menjadi 57 %) dan tren ini kemungkinan akan berlanjut seiring dengan perubahan perilaku hidup (pola makan dengan gizi tidak seimbang, kurang aktivitas fisik, merokok, dll).

Provinsi Banten menjadi Provinsi paling tertinggal di pulau Jawa yang setidaknya ada 1.778 desa yang tertinggal hal ini menjadi ironi karena Provinsi Banten bersebelahan langsung dengan Ibu Kota Republik Indonesia yaitu Jakarta juga menjadi Provinsi dengan kesadaran Kesehatan paling rendah di pulau Jawa padahal sebagai provinsi yang menghabiskan dana sebesar 1.16T untuk pengembangan dan promosi kesehatan, tercatat di Provinsi Banten terdapat 12 belas rumah sakit besar milik pemerintah dan 78 rumah sakit milik swasta dan tercatat ada 343 puskesmas di Provinsi Banten. (Indeks Kesehatan Di Provinsi Banten Masih Memperhatikan,2016) berikut adalah hasil wawancara peneliti bersama Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait tahapan analisis masalah.

“Pola kematian akibat PTM semakin meningkat dan tren ini kemungkinan akan berlanjut seiring dengan perubahan perilaku hidup, Banten sendiri tiap tahun kematian akibat penyakit menular semakin meningkat menurut laporan rekapitulasi PTM yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi tiap tahun. Oleh karena itu Germas (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) yang diinstruksikan langsung oleh menteri kesehatan Ibu Nila

moelock di laksanakan lah Program Germas ini yang di harapkan seluruh komponen masyarakat dengan kesadaran, kemauan dan kemampuan berperilaku sehat untuk meningkatkan kualitas hidup.(hasil wawancara dengan Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait pada 8 April 2019). “

Berdasarkan dari pernyataan Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia di atas beliau menjelaskan bahwasanya meningkatnya kematian akibat penyakit tidak menular di Banten dapat diketahui melalui laporan rekapitulasi PTM yang di lakukan Dinas kesehatan Provinsi tiap tahun. Dari data tersebutlah kemudian Dinas Kesehatan Provinsi Banten beserta jajaran terkait memutuskan untuk mengencangkan pelaksanaan kampanye Germas di Banten.

Untuk dapat membuat sebuah strategi kampanye yang baik dan efektif harus diadakan analisis mendalam terkait permasalahan kurangnya Kesadaran masyarakat Banten terhadap kesehatan. Dari hasil temuan yang didapatkan oleh Dinas kesehatan Provinsi Banten di lapangan, banyak faktor yang mempengaruhi kurangnya kesadaran masyarakat tentang kesehatan yang terjadi, beberapa diantaranya adalah faktor pengetahuan, ekonomi, kebiasaan dan budaya.

Ketika peneliti temui di sela-sela kesibukannya,Ketua Seksi Promosi Kesehatan Dan Sumber Daya Manusia mengungkapkan, bahwa banyak faktor yang menyebabkan kenapa masyarakat Banten kurang mau memperhatikan kesehatannya, menurutnya masyarakat Banten karena pengetahuan, ekonomi, kebiasaan dan budaya. Berikut kutipan wawancara bersama beliau.

“Banyak alasan kenapa masyarakat tidak memperhatikan kesehatannya, itu ya satu karena pengetahuan, ekonomi, kebiasaan dan budaya, ya pengetahuan, terus kebiasaan juga tidak sehat kayak meroko dan tidur tidak tepat waktu. banyak hal memang, banyak yang mengeluh harga buah mahal padahal kan pisang juga buah yang murah dan bergizi, dan di banten budaya buang air tidak pada jamban masih banyak. (hasil wawancara dengan Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait pada 8 April 2019).“

Dari data diatas menurut Dinas Kesehatan Provinsi Banten rendahnya kesadaran masyarakat akan kesehatan menyebabkan angka kematian PTM meningkat dipengaruhi oleh empat Faktor, yaitu pengetahuan, ekonomi, kebiasaan dan budaya :

1. Pengetahuan

Masih kurangnya pengetahuan masyarakat Banten terkait pentingnya menjaga kesehatan menjadi salah satu penyebab masih tingginya kematian akibat penyakit tidak menular di Provinsi Banten, baik pengetahuan tentang pencegahan, peningkatan, pengobatan dan pemulihan. Pada kenyataannya tingginya Kematian akibat penyakit tidak menular telah menjadi penyumbang terbesar kematian terbesar di banten, Sebagian besar penyakit tidak menular (PTM) adalah bersifat kronis dan dalam jangka panjang. Ironisnya justru memiliki tingkat kefatalan yang sangat tinggi, hampir dipastikan penderitanya tidak akan sembuh, bahkan cenderung semakin memburuk kondisi kesehatannya.

“Kita kan sering sosialisasi jadi dari sosialisasi itu kita jadi tahu masyarakat banyak yang belum tau bagaimana pencegahan, peningkatan, pengobatan dan pemulihan. Kita kan adain roadshow dan sosialisasi langsung dengan masyarakat banten, nah dari hasil temuan data di lapangan itu banyak yang tidak tau tentang informasi-informasi tentang

kesehatan padahal pendekatan ini sudah dilakukan berkala melalui perangkat kesehatan terdekat di daerahnya. (hasil wawancara dengan Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait pada 8 April 2019). “

Berdasarkan kutipan wawancara bersama dengan Staf Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia Provinsi Banten di atas kemudian peneliti menemukan bahwasanya Dinkes Banten pernah melakukan observasi di lapangan bertujuan untuk mencari tahu sejauh mana masyarakat memiliki pengetahuan terkait kesehatan. Kemudian dari hasil tersebutlah Dinkes Banten dapat mengetahui bahwasanya masih banyak masyarakat yang belum paham dan mengerti informasi yang berkaitan pencegahan, peningkatan, pengobatan dan pemulihan.

2. Ekonomi

Mahalnya buah-buahan dan pemeriksaan kesehatan secara berkala untuk masyarakat di Banten menyebabkan malasnya masyarakat untuk mengkonsumsi dan memeriksakan kesehatannya setidaknya 1 bulan sekali menjadi hal yang harus dicari solusinya. Berikut wawancara bersama dengan Staf Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia Provinsi Banten.

“Ekonomi menjadi salah satu alasan PTM di Banten tinggi karena masih kurang daya beli masyarakat untuk membeli buah dan memeriksakan kesehatannya minimal 1 bulan sekali, tapi terus kita sampaikan buah itu tidak harus mahal cukup mengkonsumsi buah lokal seperti pisang, pepaya dan jeruk, jadi kalo makan pisang malah kandungan gizinya banyak, jadi tidak harus buah yang mahal kan ada ikan yang murah selain itu juga kita mengupayakan adanya pemeriksaan kesehatan gratis tiap bulanya. (hasil wawancara dengan Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait pada 8 April 2019).”

3. Kebiasaan Dan Budaya

Tingginya pengidap dan angka kematian akibat PTM di Banten juga salah satunya disebabkan oleh faktor kebiasaan dan budaya, adapun untuk mencari tau informasi lebih lanjut kemudian peneliti melakukan wawancara dengan Staf promosi kesehatan dan sumber daya manusia, berikut kutipan wawancara tersebut.

“Masyarakat sebenarnya masih tergambar kebiasaan orang jaman dulu kalo buang air besar itu cukup di kebun atau cari sungai, sampe saat ini masih banyak rumah yang tidak punya jamban dan akhirnya kemudian turun menurun dan menjadi kebiasaan, Jadi apa yang diomongkan orang jaman dulu tertanam hingga saat ini. Jadi cara merubah pikiran itu yang susah. Dan yaitu masyarakat kita itu melihat merokok itu suatu kebiasaan dan tidur malam menjadi kebiasaan tanpa di dasari dengan olah raga yang cukup. Apalagi jaman sekarang orang-orang makanya ga teratur pengenaan yang cepet dan instan. (hasil wawancara dengan Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait pada 8 April 2019).”

Menurut Staf promosi kesehatan dan sumber daya diatas masih adanya stigma-stigma negatif di masa lalu terkait cara membuang air besar sembarangan sebagainya kerap dijadikan alasan bagi masyarakat untuk tidak memilih mempunyai tempat pembuangan yang layak, Dan menjadikan rokok sebagai gaya hidup . Pola pikir yang demikianlah yang kemudian menjadikan kesehatan di pandang sebelah mata oleh masyarakat yang ada.

b. Tahapan kedua : Penyusunan Tujuan

Setiap pelaksanaan kampanye pasti berorientasi pada tujuan yang memang telah ditentukan sebelumnya untuk menanggulangi sebuah masalah. Dinas Kesehatan Provinsi Banten dalam hal ini sebagai inisiator kampanye Germas mengatakan bahwasanya pelaksanaan kampanye

Germas diadakan dalam rangka untuk meningkatkan pola hidup sehat masyarakat Banten, selain itu juga untuk membangun kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kesehatan individu, dan keluarga. Sehingga di harapkan kematian akibat penyakit tidak menular menurun. masyarakat Berikut hasil wawancara peneliti bersama Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait tujuan kampanye Germas.

“kamanye Germas (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) sebenarnya adalah sosialisasi agar masyarakat Banten pentingnya menjaga kesehatanya, Germas sendiri dibuat oleh menteri kesehatan ibu Nila moeloek berdasarkan keresahan beliau melihat meningkatya penyakit tidak menular dan akhirnya dengan di lakukanlah Program Germas ini pada tahun 2016 yang di harapkan dilakukan secara bersama-sama oleh seluruh komponen bangsa dengan kesadaran, kemauan dan kemampuan berperilaku sehat untuk meningkatkan kualitas hidup, bertujuan untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Terutama di Banten karna Banten menjadi Povinsi yang pertama. (hasil wawancara dengan Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait pada 8 April 2019). “

Dari hasil wawancara peneliti bersama Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia mengungkapkan bahwasanya kampanye Germas ini berbentuk sebuah gerakan yang berisikan sosialisasi tentang Kesehatan, yang mana ini ternyata telah ada sejak tahun 2016, yang di buat karna kematian akibar penyakit tidak menular semakin tinggi oleh sebab itulah kenapa kemudian PROMKES Dinas Kesehatan mengkapanyekan program Germas ini. Berikut hasil wawancara peneliti bersama Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia

“Indonesia kini mengalami beban berlipat epidemiologis karena angka kematian akibat penyakit tidak menular terus bertambah, Untuk itu diperlukan upaya kesehatan yang komprehensif yang meliputi pencegahan, peningkatan, pengobatan dan pemulihan untuk mengatasi masalah ini.

Penyakit tidak menular ternyata telah menjadi penyumbang terbesar penyebab kematian terbesar di Indonesia, dengan trend proporsi semakin meningkat. Sebagian besar penyakit tidak menular (ptm) adalah bersifat kronis dan dalam jangka panjang. Ironisnya masyarakat itu tidak sadar memiliki tingkat kefatalan yang sangat tinggi, dan Melalui Germas di harapkan pemerintah Provinsi Banten dapat mengidentifikasi masalah dan menyusun upaya - upaya dalam rangka percepatan eliminasi penyakit tidak menular seperti tuberculosis (TBC), penurunan stunting, dan peningkatan cakupan serta mutu imunisasi. Untuk menanggulangi hal tersebut, pemerintah mengeluarkan inpres nomor 1 tahun 2016 tentang gerakan masyarakat hidup sehat (Germas). (hasil wawancara dengan Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait pada 8 April 2019).

Dari hasil wawancara peneliti bersama kepala seksi promosi kesehatan di atas tujuan dari program Germas itu sendiri di harapkan dapat menekan angka kematian akibat penyakit tidak menular dan percepatan eliminasi penyakit tidak menular seperti tuberculosis (TBC), penurunan stunting. Selain dari data diatas kemudian peneliti mendapatkan informasi bahwa ternyata pelaksanaan kampanye diperkuat juga oleh inpres nomor 1 tahun 2016 . karena pada dasarnya kesehatan adalah hak seluruh warga negara. Berikut hasil wawancara dengan Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia.

“Alhamdulillah setiap tahun penurunan kematian maupun pengidap penyakit tidak menular terlihat, sekecil apapun penurunan kita harus bersyukur karna kerja keras kita selama ini tidak sia-sia ada progress lah. Kita tidak bisa berharap langsung menurun drastis karena apa masyarakat Banten ini ya itu kan banyak di pengaruhi kebiasaan-kebiasan jaman dulu, faktor ekonomi dan pendidikan juga berpengaruh kemudian ada juga akses keplosok-plosok Banten yang medanya sangat berat. Mas bobby liat sendiri liat sendirikan sudah mengikuti acara Germas yang di adakan di pandeglang tapi kita upayan gimana caranya Germas ini dapat mencakup semua bagian di Provinsi Banten. (hasil wawancara dengan Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait pada 8 April 2019).”

Dari pernyataan Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia diatas, tujuan kampanye untuk menurunkan angka kematian dan pengidap penyakit tidak menular di masyarakat Banten bukanlah sebuah hal yang mustahil untuk di realisasikan karena selalu terjadi angka kematian dan pengidap penyakit tidak menular di Banten . Adapun penurunan angka angka kematian dan pengidap penyakit tidak menular di masyarakat Banten dapat kita lihat pada tabel 3.1 di bawah ini.

Table 3.1 Rekapitulasi Laporan Penyakit Tidak Menular Provinsi Banten Tahun 2016 – 2017

No.	Penyakit Tidak Menular	Total Jiwa	
		2016	2017
1	Hipertensi	96.150	72.617
2	Penyakit Jantung Koroner	4.207	3.019
3	Stroke	3.227	2.484
4	Diabetes Melitus	27.2225	19.566
5	Kanker Leher Rahim	216	73
6	Kanker Payudara	299	2.19
7	PPOK	2.507	1.934
8	Asthma	11.808	9.973
9	Osteoporosis	3.216	2.165
10	Gagal Ginjal Kronik	660	7.09
11	Obesitas	13.172	12.776
12	Lain-lain	12.684	10.683

Sumber : Dinas Kesehatan Provinsi Banten

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa Penyakit tidak menular dari tahun 2016 - 2017 terjadi penurunan , walaupun masih terbilang tinggi jika melihat rengking Banten angka nasional akan tetapi ini suatu pencapaian dan program Germas ini berhasil menurunkan angka penyakit tidak menular. Diharapkan terus menurun secara bertahap. Berikut hasil wawancara

peneliti bersama Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia.

“Kita kan ada target dan realisasi target itu ketika sudah meningkat maka sudah terpenuhi hanya itu, rengking Banten di Nasional masih tertinggi. Perhitungan diadakan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Banten dari data yang masuk dari rumah sakit dan puskesmas yang ada di banten. Mudah-mudahan kedepanya terus menurun secara bertahap. (hasil wawancara dengan Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait pada 8 April 2019).”

Selain itu juga menurut Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia. Perhitungan penurunan penyakit tidak menular yang dilakukan oleh Dinas kesehatan Provinsi Banten, di dapatkan berdasarkan hasil sensus dengan data yang valid karna di ambil berdasarkan data yang masuk melalui rumah sakit dan puskesmas yang ada di Banten.

c. Tahapan Ketiga : Identifikasi dan Segmentasi Sasaran

Dalam pelaksanaan kampanye, perlu diadakan identifikasi dan segmentasi sasaran terlebih dahulu, hal ini dilakukan karena kampanye tidak bisa ditujukan kepada semua orang secara acak. Adanya identifikasi dan segmentasi agar nantinya juga memudahkan proses penyampaian pesan agar menjadi lebih mudah, karena kita secara terfokus akan membuat pesan yang sesuai dengan karakteristik orang-orang yang telah di identifikasi atau di segmentasikan. Berikut hasil wawancara peneliti bersama Staf Seksi Promosi dan Sumber Daya Manusia terkait identifikasi dan segmentasi sasaran Germas.

“Kita sosialisasi kepada seluruh masyarakat Banten tentunya, dan kita usahakan masyarakat Banten ikut serta dan mendukung. Kita sedang mengusahakan hal itu dengan cara menjemput bola yaitu datang langsung mensosialisasikan secara umum untuk mensukseskan Banten hidup sehat. Tetapi kita mencoba pendekatan yang lebih dalam terhadap ibu-ibu karena ibu-ibu biasanya yang mengontrol kebiasaan buruk yang dapat merugikan kesehatan, kita harapkan kebiasaan itu di mulai di rumah dan di mulai dari lingkungan paling kecil yaitu keluarga (Berikut hasil wawancara peneliti bersama Staf Seksi Promosi dan Sumber Daya Manusia). “

Pada pelaksanaan kampanye Germas yang diadakan di Banten target sasaran yang dituju adalah seluruh masyarakat, akan tetapi ibu-ibu di berikan pemahaman yang lebih mendalam karena di diharapkan ibu-ibu dapat mengontrol dan mengingatkan akan pentingnya menjaga kesehatan kepada keluarganya itu mengapa ibu-ibu menjadi target yang sangat penting dalam kampanye Germas. Diharapkan semakin meningkatkan kualitas Kesehatan pada keluarga sehingga dapat mengantisipasi Penyakit Tidak Menular (PTM). Berikut hasil wawancara peneliti bersama Staf Seksi Promosi dan Sumber Daya Manusia terkait tahapan identifikasi dan segmentasi sasaran.

“Mengapa harus semua masyarakat ya karena kesehatan itu adalah hak seluruh warga negara Indonesia dan itu pun bersinggungan langsung dengan program Banten hidup sehat, ibu-ibu itu kan yang punya anak, dan yang menentukan kebersihan anak, sudah tugas ibu juga untuk mengajarkan kepada keluarga poin-poin yang di sampaikan pada program Germas itu sendiri yang isinya makanan sayur dan buah-buahan dan sebagainya. Tapi yang kita harapkan semua komponen ikut serta dalam mensukseskan Germas ini”. (hasil wawancara dengan Staf Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait pada 5 April 2019).

Selain itu menyasar pada semua masyarakat di Banten, ibu-ibu menjadi stakeholder yang penting untuk menyukseskan program Germas. Ibu-ibu mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam keluarga memberikan informasi sejak dini memperkenalkan kebiasaan yang baik terutama

memberikan isu-isu yang di bahas dalam Program Germas. Sehingga minat anak untuk menjaga kesehatanya akan lebih tinggi, serta berdampak pada penurunan PTM di Banten. Berikut hasil wawancara peneliti bersama Berikut hasil wawancara peneliti bersama Staf Seksi Promosi dan Sumber Daya Manusia identifikasi dan segmentasi sasaran dalam pelaksanaan kampanye Germas.

d. Tahapan Ke empat : Menentukan Pesan

Tahapan selanjutnya adalah menentukan pesan yang nantinya ditujukan kepada target sasaran yang telah ditentukan. Seperti apa yang dikatakan Liliweri bahwasanya kampanye adalah sebuah alat yang digunakan untuk membuat sebuah perubah sosial yang mana merujuk kepada perubahan kognitif hingga sampai kepada tahapan behavior. Namun untuk bisa mencapai kepada tahapan behavior tersebut perlu adanya sebuah proses persuasif yang harus dilakukan kepada peserta kampanye, guna merubah pola pikir yang berujung pada perubahan perilaku.

Pada kenyataannya untuk menciptakan sebuah perubahan sosial yang berujung pada perubahan perilaku tidaklah mudah perlu adanya penyusunan sebuah pesan yang dimaksudkan untuk nantinya dapat mempersuasif masyarakat guna mencapai tujuan dari kampanye. Khusus dalam pelaksanaan kampanye Germas tema besar dari pesan yang ingin disampaikan kepada target sasaran yang ada adalah untuk mengajak masyarakat untuk hidup lebih sehat dengan slogan “Banten hidup sehat ” yang mana slogan tersebut menggambarkan sangat jelas dan tegas tujuan

dari pada pelaksanaan kampanye Germas itu sendiri sebagai upaya meningkatkan kesehatan masyarakat Banten dan menurunkan pengidap penyakit tidak menular (PTM).

Dalam konteks penelitian ini yang mana kampanye yang dimaksud adalah pelaksanaan kampanye Germas, yang bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat untuk mau merubah pola hidup seperti isu-isu yang di kampanyekan dalam kampanye Germas dan di harapkan dapat mensukseskan tujuan dari kampanye Germas yang berujung penurunan kematian maupun pengidap penyakit tidak menular di Provinsi Banten. Berikut hasil wawancara peneliti bersama Berikut hasil wawancara peneliti bersama Staf Seksi Promosi dan Sumber Daya Manusia.

“Ya jadi kita memberikan pemahan kepada masyarakat tentang berperilaku sehat dan memberikan pemahaman tentang isu-isu yang kita angkat di antaranya ada, makan buah dan sayuran, melakukan olah raga 30 menit dan memeriksakan kesehatan minimal satu bulan sekali kita harapkan warga Banten menajdi lebih sehat, kalo tidak dibiasakan dari sekarang nanti kedepanya penyakit tidak menular akan semakin banyak. (hasil wawancara dengan Staf Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait pada 5 pril 2019). “

Dari pernyataan Staf Promosi dan Sumber Daya Manusia Provinsi Banten dapat peneliti ketahui bahwa dalam pelaksanaan kampanye Germas proses penyampaian pesan yang ada, banyak menonjolkan pesan-pesan pentingnya berperilaku sehat dan menekankan kepada isu-isu yang di kampanyekan. Seperti yang di jelaskan dalam gambar 3.1 dan 3.2

Gambar 3.1 fokus kegiatan Gernas pada tahun 2017



Sumber : Dinkes Provinsi Banten

Gambar 3.2 Bentuk kegiatan Gernas pada tahun 2017



Sumber : Dinkes Provinsi Banten

Dari data diatas dapat kita lihat bahwasanya pesan yang diberikan Dinkes Provinsi Banten dalam setiap pelaksanaannya menekankan kepada berperilaku sehat dan menekankan kepada isu-isu yang di kampanyekan. Dalam pelaksanaan

kampanye Germas di tahun 2018 peneliti kemudian melakukan observasi pada pelaksanaan kampanye yang terletak di Kecamatan Ciwandan dan Kota Cilegontahun 2018. Observasi yang dilakukan peneliti ini bertujuan untuk mencari gambaran serta penyampaian dan pelaksanaan kampanye Germas. Yang mana dalam pelaksanaan kampanye Germas di Kecamatan Ciwandan dan Kota Cilegon diisi oleh Kepala Dinas Kesehatan Kota Cilegon ibu dr. Arriadna yang disegmentasikan kepada seluruh lapisan masyarakat. Selain itu observasi pelaksanaan kampanye Germas yang diadakan di Kecamatan Ciwandan dan Kota Cilegon menjadi sangat relevan karena narasumber yang memberikan penyuluhan atau sosialisasi dalam pelaksanaan kampanye Germas telah memberikan penyuluhan di dukung juga oleh ahli gizi dan narasumber yang paham tentang kesehatan.

Gambar 3.3 Sosialisasi Germas di Kecamatan Ciwandan



Sumber : Dokumentasi Peneliti

Gambar 3.4 Sosialisasi Germas di Kecamatan Ciwandan



Sumber : Dokumentasi Peneliti

Gambar 3.5 Sosialisasi Germas di Kecamatan Ciwandan



Sumber : Dokumentasi peneliti

Dari hasil observasi yang ada kemudian peneliti menemukan temuan-temuan terkait pesan yang disampaikan dalam pelaksanaan kampanye Germas oleh Dinkes Provinsi Banten yang diisi oleh Kepala Dinas Kesehatan Kota Cilegonibu dr. Arriadna

Dalam penyampaian pesan yang ada dalam pelaksanaan kampanye tersebut pertama peneliti menemukan penggunaan bahasa yang sederhana di padukan dengan bahasa daerah selain itu juga penjelasannya lebih banyak menggunakan bahasa Jawa yang mana memang kebanyakan mayoritas lebih sering menggunakan bahasa Jawa. Kedua untuk materi yang disampaikan banyak menonjolkan nilai-nilai hidup sehat di antaranya pada pembukaan kita senam dan memakan buah-buah yang sudah di sediakan, selain itu juga adanya materi-materi yang berikan mengangkat tiga isu yang isu yang di angkat pada kampanye Germas ini.

Kesehatan menjadi topik utama yang dibahas dalam sosialisasi pada kampanye Germas tersebut, yaitu upaya kesehatan yang komprehensif yang meliputi pencegahan, peningkatan, pengobatan dan pemulihan untuk mengatasi masalah ini. Kemudian karena mayoritas peserta sosialisasi adalah ibu-ibu, narasumber banyak menghubungkan antara materi dengan kebiasaan kita sehari seperti pembersihkan rumah itu termasuk dalam aktifitas yang positif untuk tubuh. Selain itu didukung pula dengan pernyataan-pernyataan ilmiah yang disampaikan dengan bahasa sederhana sehingga mudah untuk dipahami. Keempat dalam proses penyampaiannya

banyak sekali peneliti temukan pemaparan atau bahasan yang berulang-ulang khususnya pada manfaat menjaga kesehatan dari sekarang dan akibat jika tidak peduli dengan kesehatan. Kelima pembawaan narasumber yang sangat interaktif dan humoris membuat sosialisasi menjadi lebih hidup yang kemudian berdampak pada semakin antusiasnya peserta kampanye yang ada mengikuti sosialisasi yang diberikan.

“Kita itu kalo kampanye Germas juga memiliki slogan yaitu Kita itu ada slogan juga untuk Germas yaitu “Banten hidup sehat” kita juga ada lagu tentang Germas isinya juga mengajak orang untuk mengajak masyarakat agar mau menjaga kesehatan dan memulai hidup sehat, judulnya “Mars Germas” (hasil wawancara dengan Staf Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait pada 5 pril 2019). “

Berdasarkan hasil wawancara bersama Dinkes Provinsi Banten, kampanye Germas dalam setiap pelaksanaannya juga memiliki slogan yaitu “Banten hidup sehat ” ditambah lagi ternyata Dinkes Provisi Banten memiliki lagu tentang Germas yang isinya bertujuan untuk mengajak masyarakat agar mau menjaga kesehatan dan memulai hidup sehat yang mana judulnya adalah “Mars Germas”.

e. Tahapan Kelima : Taktik

Dalam sebuah kampanye yang bertujuan untuk melakukan perubahan prilaku yang berujung pada perubahan sosial bukanlah sebuah perkara yang mudah. Pesan yang telah tersusun baik dan kiranya sangat efektif, efesien dan mudah di mengerti masyarakatpun kadangkala tidak memberikan dampak yang signifikan terlebih lagi dalam perubahan perilaku masyarakat. Proses persuasif yang dilakukan tidak bisa hanya semata-

merta dilakukan sebagai upaya untuk merubah perilaku masyarakat banyak, namun juga harus difikirkan taktiknya sehingga proses persuasif yang dilakukan dapat memberikan dampak yang positif terhadap pelaksanaan kampanye Germas yang di laksanakan Dinas Kesehatan Provinsi Banten.

Sebagai upaya untuk meningkatkan kepedulian masyarakat Banten agar menjaga kesehatannya, dalam pelaksanaannya Dinas Kesehatan Provinsi Banten mencoba melakukan sebuah inovasi yang sedikit tidaknya dapat mendorong minat masyarakat. Seperti dengan adanya sebuah program road show di 8 kabupaten dan kota yang di siarkan di 6 televisi lokal, talkshow dan workshop yang di meriahkan dengan games yang menarik dan ada doorprize untuk warga yang berpartisipasi dalam acara Germas. Di setiap kampanye Germas yang di lakukan Dinas Kesehatan Provinsi Banten di mulai dengan peregrangan dan memakan buah-buahan yang sudah di sediakan. Berikut hasil wawancara peneliti bersama hasil wawancara dengan Staf Promosi Kesehatan Dan Sumber Daya Manusia.

“kita ada roadshow di 8 kabupaten dan kota yang disiarkan di tv lokal, terus ada talkshow dan workshop, biasanya kita bikin games semenarik mungkin dan ada doorprize nya biar masyarakat tambah semangat, terus di awal acara biasa nya kita senam sehat dan makan buah yang sudah di sediakan. pokonya sistemnya kita buat semenarik mungkin lah ,kita datang di tengah masyarakat langsung. sudah terbukti yang datang sampe 1000 waktu itu. (hasil wawancara dengan Staf Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait pada 5 pril 2019). “

Gambar 3.6 Sosialisasi Germas di Kabupaten Pandeglang



Sumber :Dinkes Provinsi Banten

Gambar 3.7 Sosialisasi Germas di Kecamatan Cibeber



Sumber : dokumentasi peneliti

Gambar 3.8 Sosialisasi Germas di Kabupaten Pandeglang



Sumber :Dinkes Provinsi Banten

Adapun untuk mencari tau lebih jauh tentang roadshow yang di lakukan Dinas Kesehatan Provinsi Banten peneliti melakukan wawancara dengan Staf Seksi Promosi Kesehatan Dan Sumber Daya Manusia yang memang telah lama menjadi porsonil yang terjun kelapangan untuk melaksanakan kampanye Germas. Berikut hasil wawancara peneliti dengan Staf Seksi Promosi Kesehatan Dan Sumber Daya Manusia.

“roadshow itu kita datang ke Kecamatan atau kelurahan yang ada di Banten, jadi kita membagi beberapa team, kita usahakan semua masyarakat Banten bisa ikut dan mensukseskan kampanye ini. Kita kerja sama juga dengan media-media lokal dan di siarkan. pelaksanaan selain kita ngasih sosialisasi jadi kita juga membuka tanya jawab supaya masyarakat bisa lebih mengrti apa yang di sampaikan,alhamdulillah kemarin pesertanya tembus 1000 orang. (hasil wawancara dengan Staf Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait pada 5 pril 2019)”

Dari wawancara tersebut Dinkes Provinsi Banten menjelaskan bahwa program roadshow ini dilakukan dengan format sosialisasi namun ditambah lagi dengan talkshow diharapkan dapat memunculkan antusiasme masyarakat untuk mau merubah pola hidup menjadi lebih sehat.

Selain itu dari hasil wawancara bersama Staf Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia Provinsi Banten peneliti ketahui bahwa setiap pelaksanaan kampanye Germas yang ada melibatkan tokoh-tokoh masyarakat yang bertujuan untuk mempersuaf masyarakat. Berikut hasil wawancara Staf Promosi Kesehatan Dan Sumber Daya Manusia Provinsi Banten.

“ya kita ambil tokoh masyarakatnya jadi nanti kita harapkan mereka memberikan pemahaman kepada masyarakat lainnya,kalo tokoh masyarakat kan lebih di dengar biasanya. (hasil wawancara dengan Staf Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait pada 5 pril 2019)

f. Tahapan keenam : alokasi waktu dan sumber daya

Dalam pelaksanaa kampanye Germas alokasi waktu dan sumber daya juga merupakan sebuah tahapan yang harus direncanakan, penentuan waktu yang tepat sangat berdampak kepada keberhasilan kampanye yang diadakan. Berdasarkan informasi yang di dapatkan di Dinkes Provinsi Banten bahwa waktu pelaksanaan kampanye Germas itu sudah teragenda akan tetapi bisa berubah sesuai situasi dan kondisi karena untuk pelaksanaannya sendiri kampanye Germas itu banyak hal yang perlu disiapkan seperti ini biasanya mendapatkan minimal 100 (seratus) paket sovenir, nantinya paket-paket tersebut akan di ditujukan kepada Masyarakat

yang ikut serta dalam kampanye Germas dan setidaknya di butuhkan 5 sampai 10 orang untuk pembagian team.

Hal ini yang membuat kita harus pintar-pintar mengatur waktu dan sumber daya yang ada. Adapun dari data yang peneliti dapatkan melalui Dinkes Provinsi Banten untuk pelaksanaan kampanye Germas selama tahun 2017 telah berhasil melakukan sosialisasi di 8 kabupaten dan kota secara menyeluruh.

Untuk sumber daya yang dimiliki oleh Dinkes Provinsi Banten dalam pelaksanaan kampanye Germas di Banten bekerja sama dengan elemen masyarakat dan DPRD untuk membantu memberikan penyuluhan terkait pentingnya menjaga kesehatan, bahwasanya Dinkes Provinsi Banten memiliki sumber daya manusia khususnya tenaga ahli yang mengerti banyak tentang informasi tentang Kesehatan dan kita berikan selebaran yang berkaitan dengan kesehatan. Berikut hasil wawancara hasil wawancara dengan Staf Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia Provinsi Banten.

“Setiap kegiatan kita usahakan datangkan tenaga ahli biasanya kampanye Germas ini kan diadakannya di daerah-daerah jadi biasanya kita mengundang orang-orang yang ahli kalo dana sudah di alokasikan, kita maunya kampanye Germas ini ga setengah-setengah. Biar pesan yang kita sampaikan juga di mengerti masyarakat dan dipahami.masyarakat juga semangat buat ikut dan kalo tenaga ahli kan masyarakat lebih percaya kita berikan selebaran informasi tentang kesehatan. (hasil wawancara dengan Staf Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait pada 5 April 2019)”

Dari apa yang disampaikan Staf Promosi Kesehatan Dan Sumber Daya Manusia Provinsi Banten, peneliti mengetahui bahwa pelaksanaan kampanye Germas ini diisi oleh anggota Dinkes Provinsi Banten dan tenaga ahli. Adapun terkait dengan dana pelaksanaan kampanye Germas didukung oleh dana APBN dan juga APBD yang telah diatur berdasarkan keputusan DPRD Banten, jumlahnya pun setiap tahunnya berubah-ubah menyesuaikan sejauh mana kampanye ini perlu untuk diadakan setiap tahunnya. Yang mana dana yang diperoleh pun sampai saat ini cukup untuk bisa mengadakan kampanye Germas yang lebih masif lagi.

g. Tahapan ketujuh: Evaluasi dan tinjauan

Evaluasi dan tinjauan yang akan dilakukan terhadap program kampanye merupakan salah satu bagian dari perencanaan kampanye yang tidak boleh terlupakan. Evaluasi berperan penting untuk mengetahui sejauh mana pencapaian yang dihasilkan kampanye. Menurut Dinkes Provinsi Banten dalam proses evaluasi ini ada tahapan evaluasi menjadi persiapan, implementasi, dan dampak. Yang mana dalam setiap tahapan tersebut saling berkaitan antara satu yang lainnya.

“Kalo tahapannya itu ada tiga, pertama itu ada perencanaan, implementasi, dan dampak nah dari perencanaan biasanya kita evaluasi itu dari latar belakang masalahnya, setelah itu baru kita lihat penyusunan pesannya apa sudah relevan apa belum, kemudian baru masuk ke tahap implementasi, nah kalo implementasi ini kita liat dari data kehadiran, apa sudah sesuai dengan target yang telah ditetapkan, ya nanti kita verifikasi lewat foto dokumentasi juga, kemudian yg terakhir itu dampak, nah dampak ini kita liat juga dari hasil temuan stakeholder lain seperti data di setiap rumah sakit dan puskesmas, kan disana ada data lengkap tentang penigidap baru dan data kematiannya biasanya kita jadikan panduan juga apa apa

pengidap Penyakit Tidak Menular (PTM) menurun apa belum selain itu juga melihat dari data, nah nanti kalo dirasa hasilnya tidak terjadi peningkatan atau kurang signifikan kita evaluasi lagi ke bagian perencanaan terkait analisis latar belakang dan penyusunan pesan (hasil wawancara dengan Staf Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait pada 5 april 2019).”

Dari hasil wawancara peneliti dengan dengan Staf promosi kesehatan dan sumber daya manusia, peneliti mendapatkan informasi bahwasanya ada tiga tahapan dalam proses evaluasi yang dilakukan oleh Dinkes Provinsi Banten terkait strategi kampanye Germas, yang mana mencakup tahapan perencanaan, implementasi, serta dampak yang ketiganya tersebut Saling berkaitan. Dari tahapan perencanaan evaluasi yang dilakukan terkait dengan latar belakang permasalahan, dan penyusunan pesan, kemudian dari tahapan implementasi proses evaluasi melihat dari jumlah kehadiran peserta kampanye yang telah ditargetkan beserta dokumentasi foto sebagai bahan verifikasi, serta untuk dampaknya melihat dari referensi data yang dikeluarkan oleh stakeholder lainnya seperti rumah sakit dan puskesmas.

2. Tahapan pelaksanaan kampanye Germas Dinas Kesehatan Provinsi Banten

Pelaksanaan kampanye adalah lanjutan tahapan yang harus dilalui setelah tahapan perencanaan. Untuk menciptakan sebuah pelaksanaan kampanye yang baik dan benar, pelaksanaan kampanye itu sendiri harus sesuai dan mengikuti konstruksi rancangan kampanye yang telah di susun dalam tahapan perencanaan. Hal ini bertujuan agar pelaksanaan kampanye nantinya dapat berjalan sesuai dengan target yang telah ditentukan pada tahap perencanaan. Venus antar mengatakan bahwasanya beberapa tahapan pelaksanaan yang harus di lalui yaitu :

a. Tahapan pertama : Realisasi Unsur Kampanye

1. Perekrutan

Pelaksanaan kampanye adalah sebuah pelaksanaan yang sangat membutuhkan kerja tim untuk bisa menjadikan kampanye yang ada dapat berjalan dengan efektif, efisien dan berujung pada kata sukses. Oleh sebab itu dalam pelaksanaannya perekrutan dan pelatihan personil harus dilakukan dengan sangat selektif dengan mementingkan aspek-aspek seperti motivasi, komitmen, kemampuan bekerja sama, ataupun pengalaman yang bersangkutan dengan pekerjaan sejenis. Dalam tahapan ini juga personil ataupun staff yang dipilih harus memiliki kejelasan apakah ikut bergabung sebagai sukarelawan atau tenaga profesional yang di bayar. Dalam kasus pelaksanaan kampanye Germas yang diadakan oleh Dinkes Provinsi Banten pelaksanaannya kebanyakan dijalankan oleh staff dari Dinkes Provinsi Banten itu sendiri didukung Staf dari Dinas yang ada di Kabupaten.

Pelaksanaan kampanye Germas Juga di dukung oleh tenaga ahli hal ini dikarenakan pada Dinkes Provinsi Banten ingin memberikan yang terbaik agar masyarakat dapat mengerti dan memahami pesan yang di sampaikan. Berikut hasil wawancara peneliti hasil wawancara dengan Staf Promosi Kesehatan Dan Sumber Daya Manusia.

“Setiap kegiatan kita usahakan datangkan tenaga ahli biasanya kampanye Germas ini kan diadakannya di daerah-daerah jadi biasanya kita mengundang orang-orang yang ahli kalo dana sudah di alokasikan, kita maunya kampanye Germas ini ga setengah-setengah. Biar pesan yang kita

sampaikan juga di mengerti masyarakat dan dipahami. masyarakat juga semangat buat ikut dan kalo tenaga ahli kan masyarakat lebih percaya kita berikan selebaran informasi tentang kesehatan. (hasil wawancara dengan Staf Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait pada 5 pril 2019)”

Dalam pelaksanaan kampanye Germas personil yang bertugas rata-rata dari Dinkes Provinsi Banten serta untuk pemateri biasanya berasal dari tenaga ahli. Berikut hasil wawancara peneliti bersama hasil dengan Staf Promosi Kesehatan Dan Sumber Daya Manusia Provinsi Banten.

“Yang ngasih sosialisasi ya biasanya ada dari Dinas dan tenaga ahli yang kita undang, tentunya semua organisasi perangkat daerah (OPD) ikut serta karna kampanye Germas ini, program Germas itu harus di dukung sama sector lain supaya bisa sukses seperti pembangunan Infrastruktur Berbasis Masyarakat (IBM). Pokoknya Germas itu teralisasi karna kerja keras kita juga ada kerja sama dengan seluruh lapisan masyarakat (hasil wawancara dengan Staf Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia terkait pada 5 pril 2019).”

Apa yang dikatakan Staf Promosi Kesehatan Dan Sumber Daya Manusia Provinsi Banten tersebut menjelaskan bahwa dalam pelaksanaan kampanye Germas personil yang biasanya melaksanakan kampanye tersebut adalah personil dari Dinkes Provinsi Banten dan tenaga ahli. Di bantu dengan seluruh organisasi perangkat daerah (OPD).

2. Kontruksi pesan

Mengonstruksi pesan adalah salah satu tahapan yang dilakukan untuk bisa menggambarkan pesan yang telah direncanakan pada tahap perencanaan agar dapat diterima oleh target sasaran yang telah ditetapkan. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam mengonstruksikan pesan yang umumnya hal tersebut didasarkan pada

kesederhanaan, kedekatan, kejelasan, keringkasan, kebaruan, konsistensi, kesopanan, dan kesesuaian dengan objek kampanye. Selaku pemateri dalam hampir mayoritas pelaksanaan kampanye Germas yang ada di Banten, selalu menonjolkan pesan-pesan yang mempersuasif pesertanya dengan menggunakan informasi-informasi yang berkaitan dengan kesehatan juga menggunakan bahasa-bahasa yang sederhana dan mudah di mengerti, dalam mayoritas pelaksanaan kampanye yang ada beliau lebih sering menggunakan bahasa Jawa atau sunda yang memang bahasa yang sering dipergunakan masyarakat Banten terlebih lagi yang berada di kabupaten-kabupaten di Banten Berikut hasil wawancara peneliti bersama Staf Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia Provinsi Banten.

“Iya jadi gini kalo kampanye ngasih presentasi atau penjelasan sama masyarakat ya kita gak bisa ngomong-ngomong yang terlalu teknis nanti yang ada masyarakat malah bingung, ya yang penting-penting aja yang saya omongin manfaat dan bahaya untuk kesehatan, dan ga terlalu formal nanti bosan juga kan, Ya enakny kalo ngomong biasanya pakek bahasa Jawa atau sunda tergantung daerah yang kita datengin soalnya kalo ke daerah kan masyarakat akan lebih banyak pake bahasa daerahnya masing-masing. (hasil wawancara dengan Staf Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia pada 5 April 2019).”

Apa yang dilakukan Dinkes Provinsi Banten. sangat jelas menggambarkan bagaimana cara mengonstruksikan pesan yang sesuai dengan target sasarannya yang gampang di mengerti oleh masyarakat, hal ini di buktikan dari hasil wawancara dengan salah satu masyarakat Banten.

“Efektif saya orang awam aja udah ngerti, mudah di pahami tidak memakai bahasa yang susah-susah. Yang menting kalo di daerah itu pakai bahasa yang mudah di mengerti. (hasil wawancara dengan salah satu masyarakat Banten pada 9 April 2019)”

3. Menyeleksi penyampai pesan kampanye

Dalam pelaksanaan kampanye Germas mayoritas komunikator atau penyampai pesan dalam setiap pelaksanaan kampanye berasal dari Dinkes Provinsi Banten dan tenaga ahli yang memang di undang khusus Dinkes Provinsi Banten untuk turut membantu proses pelaksanaan kampanye Germas sehingga di harapkan masyarakat Banten lebih mengerti dan memahami isi dari kampanye Germas ini. Selain itu juga Dinkes Provinsi Banten telah mendapatkan pelatihan terkait materi Germas, jadi pemilihan komunikator atau penyampai pesan dalam pelaksanaan kampanye Germas sudah sangat tepat.

4. Menyeleksi saluran kampanye

Agar kampanye yang ada dapat diketahui oleh khalayak banyak maka pelaksanaan kampanye yang ada juga harus mementingkan saluran kampanye, yang mana saluran kampanye yang dimaksud adalah media yang digunakan dalam penyeberan informasi terkait dengan pelaksanaan kampanye Germas, adapun hal yang memang harus dipertimbangkan dalam pemilihan media agar kampanye yang ada dapat berjalan dengan efektif yaitu jangkauan media, tipe dan ukuran besarnya khalayak, biaya, waktu, tujuan, serta objek kampanye. Berikut hasil wawancara peneliti bersama Staf promosi kesehatan dan SDM.

“Jadi seperti yang sudah mas tau kita memang sudah bekerja sama dengan stasiun tv lokal , ada 6. Dan kita sebar baliho-baliho. Kalo wartawan biasanya datang sendiri paling wartawan nanya kapan dan di mana soalnya kan ini bisa jadi berita bagus. Kalo buat kita bisa jadi publikasi gratis juga kan (hasil wawancara dengan Staf Promosi Kesehatan dan Sumber Daya Manusia pada 5 pril 2019).”

Berdasarkan wawancara dengan Staf promosi kesehatan dan SDM Provinsi Banten peneliti dapat mengetahui bahwa proses publikasi yang dilakukan oleh Dinkes Provinsi Banten terkait pelaksanaan kampanye Germas rutin dilaksanakan pada saat dalam pelaksanaan kampanye Germas.

Adapun publikasi terkait pelaksanaan kampanye Germas yang sempat di tayangkan oleh beberapa media seperti BANTEN RAYA TV yang dapat di akses kembali di youtube.

Gambar 3.9 tayangan kampanye Germas yang di tayangkan di stasiun televisi



Sumber : youtube BANTEN RAYA TV

Gambar 3.10 pemberitaan kampanye Germas di media lokal



Sumber : fajarbanten.com

b. Tahapan kedua : Menguji coba rencana kampanye

Dalam tahapan ini para ahli dibidang kampanye sepakat bahwa rencana kampanye yang harus di ujicoba adalah yang berkaitan dengan pesan yang akan disampaikan dalam pelaksanaan kampanye, hal ini bertujuan untuk bisa membuat formula yang seefektif mungkin sehingga pesan yang nantinya disampaikan dalam pelaksanaan kampanye Germas dapat diterima dengan baik oleh para peserta kampanye.

c. Tahap ketiga : pemantauan pelaksanaan

Pada dasarnya kampanye adalah sebuah kegiatan yang telah terprogram dan terencana oleh sebab itu setiap pelaksanaannya haruslah dilakukan monitoring dengan baik hal ini ditunjukkan untuk agar pelaksanaan kampanye yang ada tetap pada jalurnya venus mengatakan bahwa kampanye bukanlah suatu tindakan yang kaku dan parsial melainkan bersifat adaptif, antisipatif, integratif, dan berorientasi pada pemecahan masalah.

1. Adaptif

Tindakan kampanye bersifat adaptif, artinya terbuka terhadap masukan-masukan baru atau bukti-bukti baru yang ditemukan di lapangan. Dalam konteks kampanye Germas Dinkes Provisisi Banten selalu menerima masukan-masukan dan inovasi-inovasi baru sehingga ruang gerak bisa fleksibel.

2. Antisipatif

Tindakan kampanye bersifat antisipatif, maksudnya kegiatan kampanye harus memperhitungkan berbagai kemungkinan-kemungkinan yang akan muncul dilapangan saat kampanye dilakukan. Dalam konteks kampanye Germas segala kemungkinan yang terjadi telah diperhitungkan oleh Dinkes Provisisi Banten, selain itu juga personil-personil yang turun kelapakang untuk melaksanakan kampanye Germas adalah personil-personil yang sudah biasa berpengalaman.

3. Orientasi pemecah masalah

Tindakan kampanye bersifat *problem solving oriented*, artinya segala bentuk tindakan dalam proses kampanye diarahkan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Dalam konteks kampanye Germas banyak usaha-usaha yang dikembangkan dalam upaya untuk menambah keefektifan pelaksanaan kampanye Germas seperti dengan memberikan brosur informasi tentang kesehatan, manfaat buah dan sayuran, serta *goodybag*.

Gambar 3.11 Brosur kampanye Germas



Sumber : Dinas Kesehatan Provinsi Banten

Gambar 3.12 goodybag kampanye Germas



Sumber : dokumentasi peneliti

4. Intergartif atau koordinatif

Kegiatan kampanye bukanlah kegiatan one man show, melainkan kegiatan yang didasarkan pada kerjasama tim. Dalam konteks kampanye Germas pelaksanaan kampanye memang tidak dilaksanakan sendirian oleh Dinkes Provinsi Banten tapi juga mengajak stakeholder lainnya untuk turut mensukseskan kampanye Germas.

B. PEMBAHASAN

Di bagian pembahasan ini peneliti akan mendeskripsikan dan menganalisis hasil temuan – temuan yang peneliti temukan di lapangan. Hasil temuan yang ada kemudian akan peneliti analisis sesuai dengan kajian teori komunikasi terkait dengan strategi kampanye.

1. Anaisis Masalah

Jika melihat pada bagian sajian data, peneliti telah menemukan banyak sekali informasi yang terkait dalam bagian perencanaan sebuah kampanye yang dilakukan oleh Dinkes Provinsi Banten untuk pelaksanaan kampanye Germas. Dalam perencanaan startegi kampanye Germas, peneliti menemukan bahwasanya proses analisis sebuah masalah yang dilakukan oleh Dinkes Provinsi Banten, sudah baik dan efektif. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis masalah yang telah dilakukan oleh Dinkes Provinsi Banten terhadap faktor-fator yang mempengaruhi konsumsi ikan di DIY yang mana telah mencangkup hal-hal seperti 1) pengetahuan, 2) ekonomi, 3.) kebiasaan dan budaya hal ini bisa di

identifikasi karna Dinkes Provinsi Banten memiliki tenaga ahli yang mengerti tentang kehumasan, apa yang telah dilakukan oleh Dinkes Provinsi Banten tersebut sangat perlu untuk diapresiasi.

Tahapan analisis masalah yang dideskripsikan oleh Dinkes Provinsi Banten tersebut, bahkan menggambarkan sangat jelas faktor-faktor yang mempengaruhi pola kesehatan masyarakat Banten secara detail. Dari hasil wawancara peneliti bersama Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan SDM, informasi terkait faktor-faktor tersebut didapatkan berdasarkan data dari beberapa stakeholder lainnya, seperti rumah sakit, instansi kesehatan , kementrian Kesehatan, sosialisasi di lapangan.

Jika melihat dari kajian teori komunikasi yang berkaitan dengan strategi kampanye. Tahapan perencanaan dalam proses analisis masalah yang dilakukan oleh Dinkes Provinsi Banten sudah berada di jalur yang tepat. Anne Gregory dalam bukunya mengatakan, agar dapat diidentifikasi dengan jelas, analisis masalah hendaknya dilakukan secara terstruktur. Pengumpulan informasi yang berhubungan dengan permasalahan harus dilakukan secara objektif dan tertulis serta memungkinkan untuk dilihat kembali setiap waktu. Ini dapat menghindarkan terjadinya pemecahan masalah yang tidak tepat (Gregory, 2004 : 37). Jika kembali melihat analisis masalah yang dilakukan oleh Dinkes Provinsi Banten peneliti menemukan bahwasanya analisis masalah tersebut telah dilakukan dengan sangat baik,

dan terstruktur, sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Anne Gregory tersebut.

Adapun teknik analisis lain yang didasarkan untuk meringkas temuan analisis situasi adalah “analisis kekuatan lapangan” yang didasarkan pada teori Kurt Lewin, yang diciptakan pada 1950-an. Sebelum meriset situasi, praktisi dan pihak lain di dalam tim manajemen akan melacak kekuatan-kekuatan negatif yang menyebabkan atau menimbulkan problem, dan kekuatan positif yang meringankan atau menghilangkan problem. Riset terhadap kekuatan-kekuatan eksternal dan internal akan membantu menentukan sejauh mana masing-masing kekuatan memberi pengaruh positif dan negatif terhadap suatu persoalan. Seperti dalam analisis SWOT, hasil dari analisis kekuatan lapangan ini adalah keputusan strategis yang didesain untuk meminimalkan dan menetralsir dampak dari kekuatan negatif dan memaksimalkan atau memperbesar kontribusi dari kekuatan positif (Cutlip, 2009 : 333).

Apa yang dikatakan Kurt Lewin diatas semakin menguatkan bahwa apa yang telah dilakukan oleh Dinkes Provinsi Banten pada tahapan analisis masalah telah berada di jalur yang tepat. Tahapan analisis masalah yang dilakukan oleh Dinkes Provinsi Banten juga bisa dibilang sangat sesuai dengan teknik analisis kekuatan lapangan yang dikemukakan oleh Kurt Lewin tersebut karena telah melalui tahapan analisis eksternal dan internal.

2. Tahapan tujuan

Pada tahapan penyusunan tujuan, peneliti menemukan bahwa tujuan dari pelaksanaan kampanye Germas ini ada tiga yaitu 1) membangun kesadaran masyarakat dan pemangku kepentingan untuk melakukan gerakan masyarakat hidup sehat, 2) Membangkitkan rasa tanggung jawab bersama bahwa hidup sehat harus dimulai dari diri sendiri, keluarga, masyarakat, 3) menurunkan kematian dan pengidap akibat penyakit tidak menular. Ketiganya dimaksudkan untuk menurunkan kematian dan pengidap akibat penyakit tidak menular di Banten.

Dari pelaksanaan kampanye Germas ini, peneliti menemukan bahwa tujuan dari pelaksanaan kampanye Germas juga didukung dan diatur dalam berdasarkan Instruksi Presiden nomor 1 tahun 2016 tentang Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (Germas). Karena telah didukung dan diatur dalam berdasarkan Instruksi, maka memang kampanye Germas ini wajib untuk direalisasikan, karena memiliki dasar hukum yang kuat.

Dari sajian data yang telah peneliti pahami maka dapat dikatakan tujuan dari pelaksanaan kampanye Germas yang dilakukan Dinkes Provinsi Banten sudah sangat tegas dan jelas ditujukan untuk merubah polah hidup masyarakat agar lebih sehat. Tujuan dari pelaksanaannya juga telah didukung oleh inpres yang menjadikan kampanye ini memiliki kekuatan hukum. Dengan inpres yang ada maka segala kegiatan kampanye Germas akan lebih terjamin.

Tujuan dari pelaksanaan kampanye Germas ini sangatlah realistis untuk dicapai, jika melihat dari data penurunan pengidap penyakit tidak menular di Banten dapat dilihat dari tahun 2016 - 2017 di Banten mengalami penurunan hingga 26,06%, walaupun masih tinggi dari data kesehatan nasional. Dinkes Provinsi Banten sendiri tidak memasang target capaian yang harus sama dengan rata-rata data kesehatan nasional. Dari sikap yang diambil Germas tersebut peneliti dapat melihat bahwasanya apa yang dilakukan Dinkes Provinsi Banten sangat realistis.

Dari hasil sajian data diatas Dinkes Provinsi Banten mengatakan asalkan penyakit tidak menular (PTM) setiap tahunnya telah menurun maka target atau capain yang diharapkan sudah terpenuhi. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Anne Gregory bahwa menetapkan tujuan yang realistis adalah suatu hal yang sangat penting apabila program atau kampanye yang direncanakan harus memiliki arah dan dapat menunjukan suatu keberhasilan tertentu (Gregory, 2004 : 65).

Dari apa yang dikatakan Anna Gregory peneliti meyakini penyusunan tujuan yang realistis merupakan hal yang wajib dilakukan dalam sebuah proses perencanaan kampanye, agar kampanye yang nantinya dilaksanakan mempunyai arah yang terfokus pada pencapaian tujuan tersebut. Jika kembali melihat hasil temuan peneliti diatas maka dapat dikatakan tujuan dari pelaksanaan kampanye Germas telah dilakukan dengan baik, realistis, dan terstruktur. Ditambah lagi dengan dukungan dari inpres yang ada

membuat pelaksanaan kampanye yang ada lebih terjamin dan dapat di pertanggungjawabkan secara hukum.

3. Identifikasi dan segmentasi sasaran

Pada tahapan identifikasi dan segmentasi sasaran, jika melihat dari sajian data Dinkes Provinsi Banten diatas peneliti menemukan bahwasanya dalam hal ini pelaksanaan kampanye Germas menargetkan atau menyasar pada seluruh lapisan masyarakat akan tetapi adanya penekanan tergantung kebutuhan antara masyarakat kota dan desa, Dinkes Provinsi Banten mengidentifikasi bahwa untuk masyarakat kota lebih menekankan kepada olah raga minimal 30 menit perhari berbeda dengan masyarakat desa yang lebih menekankan kepada pemberian pemahaman dan fasilitas pengecekan kesehatan gratis secara rutin. Adapun persamaan yaitu pemberian pemahan yang lebih dalam kepada ibu-ibu. Menurut Dinkes Provinsi Banten ditujukan kepada ibu-ibu karena ibu-ibu dianggap dapat mengontrol dan mengingatkan akan pentingnya menjaga kesehatan kepada keluarganya.

Apa yang telah dilakukan oleh Dinkes Provinsi Banten dalam mengidentifikasi dan mesegmentasikan sasaran dalam pelaksanaan kampanye Germas tersebut telah sangat baik dan relevan dengan tujuan dari pelaksanaan kampanye Germas.

Hal tersebut juga sesuai dengan pernyataan Anna Gregory yang mengatakan Identifikasi dan segmentasi sasaran dilakukan untuk menjawab pertanyaan “who shall I talk to?”. Hal ini perlu dilakukan karena kampanye tidak bisa ditujukan kepada semua orang secara serabutan.

Tidak benar bila dikatakan “bicara pada semua orang” akan meningkatkan hasil kampanye. Dengan melakukan identifikasi dan segmentasi sasaran, proses perencanaan selanjutnya akan lebih mudah dan akan melancarkan pelaksanaan kampanye. Sebagai contoh, dengan menetapkan sasaran kampanye adalah orang-orang desa, proses perencanaan pesan juga akan menjadi mudah karena kita secara terfokus akan membuat pesan yang sesuai dengan karakteristik orang-orang desa (Venus, 2018 :234 – 235).

Adapun dalam melakukan Identifikasi dan segmentasi sasaran Dinkes Provinsi Banten juga dapat dikatakan secara tidak langsung mengadopsi cara yang dikemukakan oleh Antar Venus yaitu untuk mempermudah proses identifikasi dan segmentasi sasaran, perlu dilakukan pelapisan sasaran, yaitu sasaran utama, sasaran lapis satu, sasaran lapis dua, dan seterusnya sesuai tujuan kampanye yang mana sasaran utama adalah sasaran yang akan “dibidik” karena merupakan sasaran paling potensial, yang dalam istilah lain disebut sebagai ultimate targets. Selanjutnya, ibarat sasaran tembak, tingkat potensial berkurang pada sasaran lapis satu dan semakin berkurang pada lapisan berikutnya (Venus, 2018 : 235).

Identifikasi dan segmentasi sasaran juga dapat dilakukan dengan melihat karakteristik secara keseluruhan, kemudian dipilih yang mana yang akan menjadi sasaran dari pelaksanaan kampanye Germas. James Gruning (Gregory: 2000) dalam Venus (2018 : 235 – 236) membagi publik dalam 3 jenis:

- Latent Public, yaitu kelompok yang menghadapi permasalahan yang berkaitan dengan isu kampanye, namun tidak menyadarinya
- Aware Public, yaitu kelompok yang menyadari bahwa permasalahan tersebut ada.
- Active Public, yaitu kelompok yang mau bertindak sehubungan dengan permasalahan tersebut

Dalam melakukan identifikasi dan segmentasi sasaran tersebut Dinkes Provinsi Banten membaginya sesuai dengan jenis publik yang ada. Pada kelompok Latent Public terdapat masyarakat yang tidak sadar akan pentingnya menjaga kesehatannya, mereka yang menghadapi permasalahan yang berkaitan dengan isu kampanye namun tidak menyadarinya. Jenis yang kedua Aware Public, pada kelompok ini terdapat instansi pemerintahan yang menyadari bahwa permasalahan tersebut benar-benar ada seperti Kementerian Kesehatan, Dinkes Provinsi Banten serta para OPD yang terdapat dalam masing-masing Dinas tersebut. Kemudian yang terakhir jenis Active Public merupakan kelompok yang mau bertindak sehubungan dengan permasalahan tersebut, yaitu Dinkes Provinsi Banten yang mana juga sebagai panitia dalam pelaksanaan kampanye Germas tersebut. Menurut penulis apa yang telah dilakukan oleh Dinkes Provinsi Banten dalam mengidentifikasi dan mengsegmentasikan sasaran kampanye Germas sudah baik dan efektif karena tentunya tidak mudah untuk menjangkau masyarakat luas namun perlu adanya tahapan-

tahapan seperti diatas yang dapat mengidentifikasi dan mengsegmentasikan sasaran dengan lebih efektif.

4. Menentukan pesan

Karena kampanye merupakan sebuah proses persuasif, maka peneliti mencoba untuk mengetahui lebih lanjut terkait dengan proses komunikasi yang terjadi dalam pelaksanaan kampanye Germas yang ada. Dalam proses komunikasi, pesan menjadi unsur yang sangat krusial dalam menggiring kognitif masyarakat yang berujung pada perubahan perilaku. Khusus dalam pelaksanaan kampanye Germas tema besar dari pesan yang ingin disampaikan kepada target sasaran yang ada adalah untuk mengajak masyarakat untuk hidup lebih sehat dengan slogan “Banten hidup sehat” yang mana slogan tersebut menggambarkan sangat jelas dan tegas tujuan dari pada pelaksanaan kampanye Germas itu sendiri sebagai upaya meningkatkan kesehatan masyarakat Banten dan menurunkan pengidap penyakit tidak menular (PTM).

Adapun untuk mensukseskan tema besar tersebut berdasarkan slogan “Banten hidup sehat“ maka perlu adanya proses penyusunan pesan yang disusun secara sistematis untuk menggiring kognitif masyarakat yang berujung pada perubahan perilaku.

Berdasarkan hasil wawancara dan juga observasi yang peneliti lakukan di lapangan, pada tahapan ini peneliti menemukan bahwa proses penentuan pesan dalam pelaksanaan kampanye Germas banyak menonjolkan bahasan yang mengandung unsur-unsur tentang kesehatan

antara pencegahan, penanganan dan pengobatan dan tentunya bersangkutan dengan tiga isu yang di kampanyekan yaitu melakukan aktifitas fisik, mengonsumsi buah dan sayur dan pemeriksaan kesehatan.

Dari hasil temuan tersebut peneliti berpendapat bahwa pesan-pesan yang disusun sangat konkrit, dan beralasan. Mengutip dari apa yang dikatakan oleh Carl Rogers terkait pandangan Humanismenya dengan sedikit perubahan dari Coleman dan Hammen dalam Rakhmat yang menyatakan Kecenderungan batiniah manusia yang mengarah pada kesehatan dan kebutuhan diri (Rakhmat, 2007 : 32) memang benar adanya sesuai dengan hasil observasi peneliti di lapangan. Jadi dapat dikatakan bahasan-bahasan yang mengandung unsur-unsur kesehatan antara pencegahan, penanganan dan pengobatan mendapatkan perhatian masyarakat ketimbang bahasan yang tidak berdampak apa-apa, selain itu akan lebih mudah untuk mempersuasi masyarakat ketika mereka mau memperhatikan pesan-pesan yang sedang disampaikan.

Adapun menurut Venus (2018) ia menyatakan bahwa ketidakmampuan mendesain sebuah pesan sesuai dengan karakteristik khalayak yang akan dituju, merupakan sebuah awal dari kegagalan pelaksanaan kampanye. Menurut para ahli setidaknya ada sepuluh karakteristik pesan kampanye yang membedakannya dengan pesan yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari, yaitu :

1. Pesan kampanye harus memiliki Overlapping of interest.
2. Pesan kampanye harus ringkas, jelas, memorable, dan readable.

3. Pesan kampanye harus bersifat argumentatif (reasoning).
4. Pesan kampanye harus etis dan dapat dipercaya
5. Pesan kampanye harus bersifat konkret dan berkaitan langsung dengan masalah.
6. Pesan kampanye harus bersifat koheren dan bersifat repetisi
7. Pesan kampanye harus bersifat segmentatif
8. Pesan kampanye harus memberikan solusi dan arah tindakan

(Venus, 2018 : 103 – 108).

Apa yang dideskripsikan oleh Venus diatas semakin menguatkan apa yang telah di lakukan oleh Dinkes Provinsi Banten dalam proses penentuan pesan. Hal tersebut dapat dilihat dari penyusunan pesan kampanye yang telah memenuhi poin-poin nomer 3, dan 4 yang menyatakan Pesan kampanye harus bersifat argumentatif (reasoning), dan Pesan kampanye harus bersifat konkret dan berkaitan langsung dengan masalah.

Jika berbicara tentang pesan, maka kita juga akan berbicara tentang proses penyampaiannya. Pada sebuah pelaksanaan kampanye, narasumber atau komunikator juga memegang peranan yang cukup penting dalam mempersuasif target sasaran yang ditentukan, berdasarkan hasil observasi peneliti di lapangan, peneliti menemukan bahwasanya narasumber atau komunikator yang digunakan merupakan orang-orang yang mengerti karna memang Dinkes Provinsi Banten mengundang tenaga ahli. Khusus

dari hasil observasi yang peneliti lakukan di lapangan, narasumber atau komunikator yang digunakan telah berkecimpung pada dunia kesehatan dan ikut pada proses pelaksanaan kampanye Germas.

Pesan-pesan yang disampaikan juga telah tersusun dan tertata dengan terstruktur, dalam pelaksanaannya pesan dibuat sedemikian mungkin dekat dengan kebudayaan masyarakat Banten, disampaikan secara lugas dan sedikit tawa membuat masyarakat antusias untuk mengikuti acara kampanye yang ada. Dalam pelaksanaannya pesan menjadi lebih persuasif karena dibantu dengan gaya pembawaan komunikator yang sangat komunikatif dan provokatif. Hal tersebut menyebabkan peserta kampanye yang hadir sangat antusias bahkan beberapa diantaranya mencatat materi pesan yang disampaikan oleh narasumber yang ada. Apa yang dilakukan oleh Dinkes Provinsi Banten tersebut sudah sangat baik, dan benar dalam hal ini memang Dinkes Provinsi Banten dapat dianggap telah berhasil untuk mempersuasif peserta kampanye yang hadir dalam pelaksanaan kampanye Germas. Jika merujuk dari apa yang dikatakan Suciati kita dapat mengetahui bahwa apa yang dilakukan oleh Dinkes Provinsi Banten sudah berada di jalur yang benar, Suciati mengatakan bahwa seorang komunikator dalam hal ini harus kredibel. Ia harus memiliki syarat keterpercayaan (trustworthiness) dari penerima pesan, kepakaran (expertise), disukai oleh penerima pesan, memiliki kesamaan dengan penerima pesan, serta memiliki beraneka

sumber (multiple sources) dalam memperjelas isi pesan yang ingin disampaikan (Suciati, 2015 : 456).

5. Taktik

Berdasarkan sajian data yang telah di jelaskan sebelumnya, peneliti menemukan bahwa ada beberapa taktik yang digunakan oleh Dinkes Provinsi Banten untuk mensukseskan pelaksanaan kampanye Germas. Beberapa taktik yang dimaksud tersebut adalah pelaksanaan program roadshow ke 8 kabupaten dan kota di Provinsi Banten yang di tayangkan di 6 stasiun tv lokal, Kemudian ada juga talkshow,walkshop hingga menggelar parade buah dan sayur yang di dalamnya di adakan lomba membuat kostum dari buah dan sayur kegiatan tersebut dilakukan sebagai upaya untuk menumbuhkan rasa antusiasme dari peserta kampanye yang ada. Peneliti berpendapat bahwa langkah yang diambil oleh Dinkes Provinsi Banten sebagai taktik untuk mensukseskan kampanye Germas tersebut dirasa sangat efektif, mengajak para peserta untuk turut berpartisipasi dalam melakukan praktik dari tiga kampanye yang sedang di jalankan yaitu melakukan aktifitas fisik,mengonsumsi buah dan sayur dan pemeriksakan kesehatan adalah sebuah hal yang sangat baik dalam proses persuasif.

Karena untuk mengingatkan sebuah pesan yang ada dalam pelaksanaan kampanye tidak bisa hanya dengan penjelasan secara teoritis saja, namun juga harus diajak berpartisipasi melakukan kegiatannya yang mana dalam hal ini kegiatan yang dilakukan oleh Dinkes Provinsi Banten

adalah di mulai dengan senam pada saat acara di mulai dan makan buah bersama, di sediakan juga pengecekan kesehatan gratis sehingga peserta kampanye yang hadir memiliki pengalaman yang menarik yang berimplikasi pada keputusan mereka untuk mau merubah pola hidup mereka menjadi lebih sehat.

Untuk membuat sebuah taktik yang efektif tidaklah mudah perlu adanya sebuah teknik yang dapat membuat taktik yang telah direncanakan berjalan dengan baik. ada beberapa teknik yang dapat dipergunakan dalam pelaksanaan kampanye, Ruslan dalam bukunya kiat dan strategi kampanye public relation (1997 : 62) menyatakan bahwa :

1. Partisipasi (participation)

Teknik ini dilakukan dengan cara mengikutsertakan khalayak atau audiens kedalam suatu kegiatan kampanye dengan tujuan untuk mnumbuhkan saling pengertian, menghargai, kerjasama, dan toleransi.

4. Asosiasi (association)

Teknik asosiasi dilakukan dengan jalan menumpangkan pesan pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak.

5. Integratif (integrative)

Teknik ini dilakukan dengan cara memposisikan Komunikator agar bisa lebih menyatu dengan khalayak atau audiens yang ada dengan menggunakan kata-kata

seperti kita, kami, anda sekalian, atau untuk anda, dan sebagainya, yang artinya mengandung makna bahwa yang disampaikan pihak komunikator bukan untuk kepentingan dirinya atau perusahaannya, atau bukan untuk mengambil keuntungan sepihak, tetapi mengambil manfaat secara bersama, demi untuk kepentingan bersama.

6. Ganjaran (pay off technique)

Teknik ini menggunakan iming-iming atau janji-janji dalam penyampaian pesannya, dimana janji-janji tersebut bisa bersifat (benefit) manfaat, atau juga bisa bersifat ancaman. Bersifat benefit dalam artian untuk menumbuhkan semangat atau gairah, sedangkan bersifat ancaman untuk membangkitkan rasa takut, ketegangan atau kekhawatiran bila hal tersebut datang di kemudian hari.

5. Tataan (icing technique)

Teknik ini berupaya untuk menyampaikan pesan suatu kampanye dengan sedemikian rupa sehingga enak dilihat, dibaca, dirasakan, dan sebagainya.

6. Memperoleh empati

Teknik berkampanye dimana komunikator memposisikan diri sebagai komunikan sehingga menghasilkan ke samaan

pemikiran antar komunikator dan komunikan (Ruslan, 1997 : 62 - 64).

Dari penjelasan Roesady Ruslan diatas jika melihat dengan apa yang sudah Dinkes Provinsi Banten lakukan memang telah memenuhi beberapa poin diatas, seperti partisipasi, asosiasi, dan integratif yang mana memang beberapa teknik tersebut telah diterapkan oleh Dinkes Provinsi Banten dalam pelaksanaan kampanye Germas melalui program roadshow ke 8 kabupaten dan kota di Provinsi Banten yang di tayangkan di enam stasiun tv lokal, kemudian ada juga talkshow hingga walkshop. Memang ketiga teknik tersebut banyak mengedepankan interaksi dan pengikutsertaan khalayak atau target sasaran guna mencapai tujuan dari pada pelaksanaan kampanye Germas.

Interaksi yang baik mengakibatkan pesan yang ada mudah untuk diterima oleh peserta kampanye. Dalam hal ini Anna Gregory berpendapat bahwa untuk mendapatkan sekumpulan ide cemerlang dan menggabungkannya dalam suatu program adalah hal yang mudah. Tetapi seringkali teknik yang dipakai lebih menjadi fokus perhatian dibandingkan dengan tujuan yang seharusnya dicapai (Gregory, 2004 : 101).

6. Sumber daya

Berbicara tentang sumber daya maka kita akan berbicara tentang sumberdaya manusia, dana, dan perlengkapan. Berdasarkan hasil temuan peneliti di lapangan dalam melakukan pelaksanaan kampanye Germas Dinkes Provinsi Banten didukung oleh sumber daya

yang berkecukupan. Jika berbicara tentang sumber daya manusia, Dinkes Provinsi Banten dalam kampanye GEMERIKAN ini memiliki personel yang berpengalaman, atau paham terkait kampanye Germas, penggunaan personel yang berasal dari internal Dinkes Provinsi Banten membuat alokasi dana yang dikeluarkan menjadi lebih efisien akan tetapi Dinkes Provinsi Banten juga mengundang tenaga ahli yang membutuhkan tambahan biaya. Kemudian jika berbicara tentang sumber daya dana peneliti menemukan bahwa dana yang digunakan dalam pelaksanaan kampanye Germas menggunakan dana APBD dan APBN yang telah di alokasikan oleh pemerintah, berdasarkan hasil wawancara dengan Staf promosi kesehatan dan SDM Provinsi Banten beliau menjelaskan bahwa dana tersebut dirasa cukup, yang mana di harapkan optimalnya pelaksanaan kampanye Germas yang ada.

Untuk sumber daya peralatan peneliti menemukan bahwa pelaksanaan kampanye Germas ini didukung dengan fasilitas yang memadai. kemudian, terdapat juga brosur-brosur yang berisikan informasi kesehatan yang dibuat untuk dibagikan kepada para peserta kampanye yang datang. Apa yang peneliti temukan diatas kiranya sangat menggambarkan bahwasanya sumber daya yang dimiliki oleh Dinkes Provinsi Banten dalam pelaksanaan kampanye Germas sangat memadai.

Jika kembali melihat dari segi sumber daya manusia yang dimiliki oleh Dinkes Provinsi Banten kiranya telah memenuhi unsur-

unsur yang Venus sebutkan, yang mana ia mengatakan bahwa sumber daya manusia yang digunakan untuk mendukung program kampanye harus dihitung kemampuan dan usahanya. Besarnya kemampuan dan usaha yang dikeluarkan SDM akan memengaruhi kelancaran pelaksanaan kampanye (Venus, 2014 : 244).

Menurut penulis jika melihat cara yang digunakan oleh Dinkes Provinsi Banten dalam mengatur sumber daya yang dibutuhkan sudah bisa dibilang sangat tepat dan efisien, dan di dukung dengan sumber dana yang cukup terhadap pelaksanaan kampanye Germas yang menyebabkan pelaksanaan kampanye Germas berjalan dengan lancar dan di harapkan optimal.

7. Saluran kampanye

Pada tahapan ini peneliti menemukan bahwa Dinkes Provinsi Banten dalam hal ini pernah melakukan publikasi terkait kampanye Germas dengan menyiarkan kampanye Germas di enam stasion lokal yang ada di Banten dan bekerja sama engan media-media lokal yang ada di Banten baik itu media cetak ataupun elektronik seperti Banten raya tv, dan fajar Banten. Hampir semua pelaksanaan kampanye Germas tersebut dipublikasikan ke media oleh Dinkes Provinsi Banten, terkadang juga media-media tersebut dengan sendirinya datang untuk meliput kegiatan kampanye Germas tersebut. Apa yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Banten tersebut kemudian dikuatkan kembali oleh pernyataan Rice dan Atkin dalam Venus (2018) bahwa media

massa dianggap sangat efektif dalam menciptakan kesadaran, meningkatkan pengetahuan, dan mendorong khalayak berpartisipasi dalam proses kampanye. Walaupun untuk tujuan perubahan perilaku tampaknya media massa belum bisa berbuat banyak (Venus, 2018 : 219 – 220).

8. Monitoring kampanye

Dalam proses monitoring yang ada dalam pelaksanaan kampanye Germas untuk merubah pola hidup masyarakat sehat masyarakat Banten apa yang dilakukan oleh Dinkes Provinsi Banten berdasarkan hasil penelitian peneliti di lapangan merupakan sebuah hal yang biasa dilakukan sebagaimana monitoring dalam kampanye pada umumnya. Adapun dalam prosesnya dalam setiap kegiatan kampanye yang ada metode monitoring yang digunakan oleh Dinkes Provinsi Banten terkait pelaksanaan kampanye Germas adalah dengan membuat sebuah daftar hadir yang di tujukan untuk mengetahui jumlah peserta kampanye yang hadir dalam pelaksanaan kampanye Germas sehingga dapat mengetahui apakah daftar peserta kampanye yang hadir sesuai dengan target yang telah ditetapkan oleh Dinkes Provinsi Banten selaku penyelenggara, selain itu juga untuk melengkapi proses monitoring tersebut pihak Dinkes Provinsi Banten juga menunjuk beberapa staffnya untuk melakukan dokumentasi pada setiap pelaksanaan kampanye Germas yang ada hal ini sebagai bahan dokumentasi untuk nantinya dijadikan data pertanggungjawaban dalam pelaksanaan

kampanye Germas yang dilakukan oleh Dinkes Provinsi Banten untuk mengetahui apakah daftar peserta yang hadir memang sesuai dengan kenyataan di lapangan dengan merujuk sumber dokumentasi yang ada.

Adapun menurut Venus (2018) Pemantauan (monitoring) pelaksanaan kampanye pada prinsipnya sama dengan evaluasi proses, yaitu suatu evaluasi yang dilaksanakan ketika kampanye sedang berlangsung. Metode yang digunakan untuk kegiatan pemantauan, di antaranya penggunaan dan up-dating buku harian kampanye, melaksanakan pertemuan-pertemuan staf untuk memperoleh umpan balik, pengamatan operasional kampanye, membuat progres report dan melakukan sesi wawancara untuk mengumpulkan detail informasi yang sering tidak terungkap dalam rapat atau pertemuan staf kampanye (Venus, 2018 : 299-300).

9. Evaluasi dan tinjauan

Pada tahapan evaluasi ini Dinkes Provinsi Banten membagi tahapan evaluasi menjadi persiapan, implementasi, dan dampak. Pada evaluasi persiapan Dinkes Provinsi Banten biasanya hanya akan melakukan evaluasi terkait kualitas pesan yang disampaikan serta kecukupan informasi latar belakang permasalahan terkait perubahan pola hidup sehat di Banten. Hal ini dilakukan karena latar belakang permasalahan yang ada biasanya akan berubah seiring dengan perkembangan zaman yang ada oleh sebab itu maka perubahan tersebut juga akan berdampak terhadap pola dan isi pesan kampanye yang akan

di sampaikan kepada target sasaran kampanye. Dari segi implementasi, proses evaluasi yang ada melihat dari jumlah peserta kampanye yang hadir dalam pelaksanaan kampanye Germas apakah telah sesuai dengan target capaian yang telah di tentukan atau belum, oleh sebab itu diperlukan data kehadiran peserta kampanye sebagai bahan evaluasi terhadap proses evaluasi di lapangan. Data yang ada juga kemudia dicocokkan dengan data berupa dokumentasi sehingga data yang ada dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

Kemudian untuk evaluasi dampak dari pelaksanaan kampanye Germas ini, Dinkes Provinsi Banten akan merujuk kepada data dari stakeholder lainnya seperti rumah sakit ,puskesmas dan intasnsi kesehatan lainnya terkait jumlah pengidap kematian yang di sebabkan oleh penyakit tidak menular (PTM) Banten.

Dari data-data tersebutlah kemudian Dinkes Provinsi Banten dapat mengetahui apakah selama ini pelaksanaan kampanye telah mencapai tujuan yang telah ditentukan yaitu terjadi perubahan perilaku yang berdampak terhadap perubahan pola kesehatan masyarakat Banten. Dari hasil data evaluasi dampak inilah nantinya jika tidak terjadi perubahan sikap dan perilaku yang berdampak terhadap penurunan pengidap dan kematian penyakit tidak menular, maka proses evaluasi yang ada akan kembali lagi kepada tahapan evaluasi persiapan terkait latar belakang permasalahan yang terjadi.

Pada tahapan evaluasi ini juga peneliti menemukan bahwasanya untuk tahapan evaluasi kampanye Germas tersebut dilakukan 1 periode pelaksanaan kampanye Germas. Hal ini dikarenakan setiap program kampanye Germas yang ada memang sudah di susun dan di rencanakan. Hal demikian kiranya sangat lumrah dilakukan di berbagai instansi pemerintahan lainnya, yang mana dalam pelaksanaan kampanye Germas evaluasi dilakukan dalam garis besar. Dalam bukunya Venus mengatakan bahwa evaluasi dan tinjauan yang akan dilakukan terhadap program kampanye merupakan salah satu bagian dari perencanaan kampanye yang tidak boleh terlupakan. Evaluasi berperan penting untuk mengetahui sejauh mana pencapaian yang dihasilkan kampanye (Venus, 2018 : 245).