

**Strategi Komunikasi Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi dalam
Mengkampanyekan Pendidikan Kesehatan**



NASKAH PUBLIKASI

**Disarikan dari Skripsi yang Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh

FEBRIALDI

13321067

Nadia Wasta Utami, S.I.Kom., MA.,

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta**

2018

Naskah Publikasi

**Strategi Komunikasi Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi dalam
Mengkampanyekan Pendidikan Kesehatan**

Disusun Oleh

Febrialdi

13321067

Telah disahkan oleh dosen pembimbing skripsi pada: **01 AUG 2018**

Dosen Pembimbing Skripsi.

Nadia Wasta Utami, S.I.Kom., MA.

0505068902

Mengetahui,

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



Muzavin Nazarudin, S.Sos., M.A.

NIDN 0516087901

Strategi Komunikasi Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi dalam
Mengkampanyekan Pendidikan Kesehatan

Febrialdi

Mahasiswa Program Studi Komunikasi FPSB UII

Menyelesaikan Studi pada Tahun 2018

Nadia Wasta Utami

Dosen Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII

Abstract:

Communications strategy is a plan or activity undertaken to change people or the environment by doing a new idea, well-crafted in order to get the desired results. The no Smoking pedicab drivers Community (BETARO) is the result of the creative idea of Kedungwaringin Public Health Center (PUSKESMAS) in Bekasi District, assisted by Bekasi District Health Office This community was formed to convey campaign messages related to the dangers of cigarettes, in order to reduce active smokers residing in Bekasi City, especially Bekasi District.

This community is very helpful in order to make the awareness of the people around the health center to the danger of smoking and invite them to quit smoking.

The research uses qualitative method by conducting interview, observation, and documentation result obtained from interviewees and internet. There are several stages from Kedungwaringin Puskesmas and BETARO community in campaigning health education related to the danger of cigarette to the community, such as train and develop the pedicab drivers, promoting their community to public, doing routine activities around the village, inviting people to be treated by Spiritual Emotional Freedom Technique (SEFT) to help them quit smoking, conduct BETARO savings, and conduct health checks for members of the BETARO community.

Key words: *Communication Strategy, Health Education Campaign, the No Smoking pedicab drivers Community (BETARO)*

A. Pendahuluan

Pro dan kontra tentang peraturan pemerintah dalam mengkampanyekan program kesehatan anti rokok tidak ada titik temunya sampai saat ini. Padahal pemerintah sudah melakukan banyak strategi, mulai dari larangan merokok di tempat umum, kebijakan tayangan iklan rokok di televisi, menaikkan harga rokok, dan sebagainya. Usaha pemerintah melakukan hal tersebut juga masih belum mampu membuat masyarakat sadar akanbahaya rokok bagi kesehatan. Tidak hanya perokok aktif yang dirugikan, tetapi juga perokok pasif yang menghirup asap rokok.

Rokok sangatlah membahayakan kesehatan diri sendiri maupun orang-orang yang dicintai, karena rokok banyak mengandung zat berbahaya. Dalam 1 batang rokok terdapat 4.000 lebih bahan kimia yang membahayakan serta diantara 4.000 bahan kimia tersebut, terdapat ratusan zat beracun dan 70 bahan yang bersifat kanker. Dampak yang ditimbulkan dari bahan kimia yang berbahaya tersebut membuat para perokok aktif lebih besar terkena resiko serangan jantung, karena nikotin yang terdapat dalam rokok membuat berkurangnya kadar oksigen yang masuk ke darah, sehingga dapat merusak pembuluh darah yang berada di jantung. Selain mempengaruhi jantung, rokok juga dapat mempengaruhi organ dalam tubuh yang lain, seperti otak, mulut, tenggorokan, paru-paru, kulit dan lain-lain, karena mengkonsumsi rokok sama saja memasukan racun ke dalam tubuh yang akan membahayakan untuk diri sendiri dan orang lain.(<http://www.alodokter.com/segudang-bahaya-merokok-terhadap-tubuh>, akses tanggal 08 Desember 2016).

Beberapa kota di Indonesia melakukan berbagai macam cara agar dapat menekan angka perokok di Indonesia, seperti di Bandung, melakukan cara konseling untuk para perokok agar dapat berhenti, disana sudah tersedia klinik berhenti merokok yang tersebar di tujuh puskesmas, di Kopo, Jalan Ibrahim Adjie, Jalan Puter, Jalan Talaga Bodas, Ujungberung, Cipamokolan, dan Sindangjaya. Dinas kesehatan Bandung juga sedang mengupayakan Kawasan Tanpa Rokok (KTR) untuk diadakan di Bandung. (<https://portal.bandung.go.id/posts/2017/02/23/9pBk/perokok-penderita-gangguan-mental>, akses tanggal 24 Mei 2017).

Pada tanggal 25 Juni 2015, situs berita online detik.com memposting berita seorang pemuda yang meninggal karena rokok, diketahui pemuda tersebut bernama Robby, dia mulai mengenal rokok sejak kelas 6 SD, Robby divonis terkena kanker laring stadium 3 sehingga dia harus kehilangan pita suaranya akibat kebiasaan buruknya yang dilakukannya sejak lama yaitu mengkonsumsi rokok dan dia juga terkena kanker paru-paru, sehingga pada tanggal 23 Juni 2015 Robby harus menghembuskan napas terakhirnya akibat efek buruk rokok yang ditimbulkan. (<http://health.detik.com/read/2015/06/25/160316/2952362/763/kisah-robbby-kenal-rokok-sejak-sd-dan-meninggal-karena-kanker-saat-26-tahun>, akses tanggal 08 Desember 2016).

Sedangkan Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi mempunyai cara berbeda untuk mengkampanyekan anti rokok. Puskesmas melibatkan dan melakukan pendekatan kepada masyarakat langsung melalui komunitas. Gerakan awal ini dilakukan oleh Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi dengan memberikan pendampingan melalui komunitas becak yang dipilih sebagai angkutan umum sering digunakan oleh masyarakat khususnya ibu-ibu. Tujuan Puskesmas yang merupakan bagian dari Dinas Kesehatan Kabupaten Bekasi melakukan pendampingan adalah untuk memperkenalkan peraturan dan kebijakan pemerintah tentang larangan merokok di tempat umum khususnya dalam angkutan umum, memperkenalkan perilaku hidup sehat, dan menyebarluaskan informasi tentang kesehatan.

B. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Hary Ramdani jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia tahun 2012 yang berjudul “Strategi Komunikasi Kehumasan Dinas Kesehatan Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Mengkampanyekan Program Anti Rokok”. Penelitian yang menggunakan metode kualitatif ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana peranan Dinas Kesehatan Yogyakarta melakukan strategi komunikasi kehumasan dalam mengkampanyekan program anti rokok. Hasil dari penelitian ini adalah, Dinas Kesehatan Yogyakarta membuat program kampanye untuk mengurangi perokok aktif agar dapat mengurangi atau agar berhenti mengkonsumsi rokok. Strategi yang dilakukan humas dinas kesehatan Yogyakarta adalah dengan cara melakukan kampanye anti rokok yang dilakukan setiap 31 Mei, adapun untuk mengatasi kegagalan-kegagalan yang nanti akan dialami ketika

kampanye anti rokok tidak berjalan sesuai harapan, Dinas Kesehatan Yogyakarta sudah menyiapkan strategi yang lain. (Ramdani, Skripsi, 2012: 1).

Persamaan penelitian Hary dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif, membahas strategi komunikasi dan membahas tentang rokok. Adapun perbedaannya adalah jika penelitian Hary menggunakan humas dinas kesehatan Yogyakarta dalam mengkampanyekan anti rokok, sedangkan penelitian ini menggunakan komunitas untuk mengkampanyekannya.

Penelitian Rovina Sabda Pertiwi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada tahun 2014 yang berjudul “Kampanye Sosial tentang Perubahan Pesan Peringatan Bahaya Merokok (Studi Kasus Mengenai Kampanye Sosial Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta Pada Pesan Singkat *Merokok Membunuhmu*)”. Membahas tentang adanya perubahan peringatan pesan singkat terhadap bahaya merokok yang awalnya “Merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impotensi dan gangguan janin” menjadi “Merokok membunuhmu”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kampanye sosial tentang adanya perubahan peringatan bahaya merokok yang dilakukan oleh Dinkes Kota Yogyakarta. Peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif yang disertai dengan metode studi kasus yang bersifat deskriptif, lalu melakukan wawancara serta observasi terhadap subjek atau narasumber yang dibutuhkan oleh peneliti. Kesimpulan pada penelitian ini adalah, adanya perubahan pesan bahaya merokok berdasarkan hasil dari evaluasi kegiatan kampanye yang sebelumnya dan Dinkes Kota Yogyakarta juga melakukan survey dengan mengacu pada Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) yang telah dilakukan oleh bagian promosi dengan dibantu kader kesehatan seperti Puskesmas. (Pertiwi, Skripsi, 2014: 1-15).

Persamaan penelitian Rovina dengan penelitian ini adalah menggunakan metode pendekatan kualitatif, sama-sama membahas rokok serta melibatkan Dinas Kesehatan. Adapun perbedaannya adalah, jika penelitian Rovina lebih meneliti tentang adanya perubahan pesan peringatan bahaya merokok, tetapi penelitian ini lebih berfokus pada aksi atau tindakan yang dilakukan Dinas Kesehatan dan Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi.

C. Kerangka Teori

a. Strategi Komunikasi yang Efektif dan Efisien

Pada dasarnya strategi merupakan cara atau rencana yang digunakan dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Seperti strategi komunikasi yang menjadi panduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan melakukan manajemen komunikasi (*communication management*) agar tujuan yang sudah direncanakan dapat tercapai. Dalam strategi komunikasi terdapat tujuan sentral yang harus dicapai, R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques for Effective Communication*, dalam Effendy (2005: 32) menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri dari tiga tujuan utama, yaitu:

- a) *To secure understanding*, seorang komunikator harus memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya.
- b) *To establish acceptance*, bertujuan untuk membina komunikan yang sudah mengerti dan menerima pesan.
- c) *To motivate action*, kegiatan ini bertujuan untuk memotivasi penerima pesan mengenai hak yang berkaitan dengan pesan disampaikan.

Kemudian Rogers dalam Cangara (2014: 61) memberi batasan strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah perilaku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. “Strategi komunikasi adalah kombinasi dari beberapa elemen komunikasi yang mulai dari komunikator, pesan, saluran, penerima sampai pada pengaruh atau efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal” (Cangara, 2014: 61).

b. Kampanye Sosial

Banyak orang yang menyamakan antara kampanye dan propaganda. Kedua hal tersebut memang hampir mempunyai maksud dan tujuan yang sama, karena keduanya merupakan tindakan yang menggunakan media komunikasi sesuai dengan yang sudah direncanakan, selain itu keduanya memiliki tujuan yang sama untuk mempengaruhi khalayak. Tetapi propaganda sudah dikenal lebih dulu dan memiliki konotasi yang negatif, sedangkan kampanye baru memasyarakat sekitar tujuh puluh tahun yang lalu dan memiliki citra positif dan akademis.

Dalam buku Venus (2004: 4), dijelaskan terdapat tujuh perbedaan antara kampanye dan propaganda:

1. Sumber kampanye jelas dan dapat diidentifikasi, sedangkan propaganda lebih menyembunyikan identitas mereka.
2. Dalam menyampaikan programnya kampanye mempunyai batasan waktu yang jelas, sedangkan propaganda tidak memiliki batasan waktu dan tidak terikat oleh waktu.
3. Gagasan yang disampaikan kampanye untuk diperdebatkan, sedangkan propaganda menganggap gagasan mereka mutlak kebenarannya.
4. Kampanye mempunyai tujuan yang jelas tergantung pada jenis kampanyenya, sedangkan propaganda mencoba menyesatkan khalayak dan tidak mempunyai tujuan yang jelas.
5. Dalam penerimaan pesan kampanye lebih mengutamakan kesukarelaan, sedangkan propaganda menghalalkan berbagai macam cara.
6. Kampanye mempunyai kode etik untuk mengatur alur kegiatan, sedangkan propaganda tidak mempunyai aturan semacam itu.
7. Kampanye sangat memperhatikan kepentingan kedua belah pihak dalam mencapai tujuannya, sedangkan propaganda hanya memikirkan kepentingannya sendiri.

Masing-masing lembaga atau organisasi saat melakukan kampanye memiliki tujuan yang sudah direncanakan sebelumnya, contohnya seperti kampanye penghijauan di bumi atau biasa yang disebut dengan *go green*, kampanye ini diselenggarakan oleh organisasi pecinta alam dan mempunyai tujuan untuk mencegah *global warming* dengan melakukan penghijauan pada bumi. Terdapat tiga macam tahapan agar suatu kampanye itu menciptakan perubahan, pertama melakukan perubahan pada ilmu pengetahuan agar terciptanya kesadaran dan meningkatnya pengetahuan khalayak dalam menanggapi isu-isu tertentu. Kedua merubah sikap atau *attitude* khalayak, agar mempunyai rasa simpati atau kepedulian terhadap isu-isu yang menjadi tema kampanye. Ketiga merubah perilaku khalayak secara konkret agar terciptanya suatu tindakan yang dilakukan oleh sasaran kampanye berupa tindakan yang bersifat sekali atau berkelanjutan.

c. Peran Pemerintah dalam Mengampanyekan Pendidikan Kesehatan di Indonesia

Model-model kampanye yang dibahas dalam literatur komunikasi, umumnya memusatkan perhatian pada penggambaran proses kegiatan kampanye. Pada intinya kegiatan kampanye itu adalah komunikasi. Tujuannya agar dapat dipahami fenomena kampanye bukan hanya tahapan kegiatan, tetapi juga interaksi antar komponen didalamnya. Pada buku Venus (2004: 13-24) dijelaskan terdapat enam jenis model kampanye:

- a) Model kompensial kampanye, model ini melibatkan komponen pokok yang terdapat pada suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan kampanye, dalam kampanye ini sumber sangat berperan penting untuk mempengaruhi khalayak untuk melakukan perubahan.
- b) Model kampanye ostergaard, model yang tercipta dari pengalaman di lapangan ini menjelaskan bahwa sumber mengidentifikasi masalah dahulu, setelah itu mencari hubungan sebab-akibatnya.
- c) *The five functional stages development model*, model ini berfokus pada tahapan kegiatan kampanye, melakukan identifikasi, untuk menciptakan identitas kampanye, lalu tahap legitimasi, untuk mendapatkan pengakuan dari khalayak, tahap partisipasi, tahap penetrasi, tahap ini ketika kampanye yang disampaikan telah mendapatkan perhatian dari masyarakat, tahap terakhir adalah tahap distribusi, pada tahap ini tujuan dari kampanye yang telah disampaikan sudah tercapai.
- d) *The communicative functions model*, model ini dimulai dari tahap *surfacing*, tahap ini melakukan pemetaan untuk melakukan daerah mana saja yang dijadikan tempat kampanye. Lalu melakukan tahap *primary*, tahap ini untuk memenangkan hati masyarakat, agar masyarakat mau mendukung kampanye yang sedang dilakukan. Selanjutnya tahap *nomination* dan ditutup dengan tahap *election*.
- e) Model kampanye Nowak dan Warneryd, model ini memulai kampanye dari tujuan yang akan dicapai lalu diakhiri dengan efek yang diinginkan, dalam model ini terdapat tujuh elemen yang harus diperhatikan. Pertama efek yang diharapkan, kedua persaingan komunikasi, ketiga objek komunikasi, keempat

populasi target dan kelompok penerima, kelima saluran, keenam pesan, ketujuh komunikator.

- f) *The diffusion of innovation model*, kampanye ini biasa digunakan untuk kampanye iklan atau kampanye yang bertujuan melakukan perubahan sosial

D. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian Strategi Komunikasi Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi dalam Mengkampanyekan Pendidikan Kesehatan dijabarkan sebagai berikut:

a. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan dan jenis penelitian kualitatif.

”Secara sederhana dapat dinyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah meneliti informan sebagai subjek penelitian dalam lingkungan hidup kesehariannya. Untuk itu para peneliti kualitatif sedapat mungkin berinteraksi secara dekat dengan informan, mengenal secara dekat dunia kehidupan mereka, mengamati dan mengikuti alur kehidupan informan secara apa adanya (wajar)” (Idrus, 2009: 23-24).

Peneliti menggunakan metode kualitatif karena pendekatan ini dapat membuat antara peneliti dan subjek yang akan diteliti menjadi semakin dekat, karena adanya pendekatan yang lebih pribadi atau dapat dikatakan bertatap muka, membuat data yang akan didapatkan menjadi lebih valid karena terjadinya wawancara secara mendalam. “Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu” (Mulyana, 2013: 180).

E. Hasil dan Pembahasan

a. Analisis Kampanye Pendidikan Kesehatan

Kampanye merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh suatu instansi atau kelompok untuk membuat perubahan pada diri individu, kelompok, atau lingkungan agar menjadi lebih baik dari sebelumnya. Kampanye sering diidentikan dengan politik yang memperebutkan suara rakyat agar dapat menjadi penguasa, padahal kampanye juga dapat berhubungan dengan

pendidikan kesehatan yang sudah banyak dilakukan oleh suatu kelompok atau instansi, seperti kampanye anti rokok, kampanye *go green*, kampanye keluarga berencana dan lain-lain. Kampanye-kampanye tersebut bertujuan untuk mengajak masyarakat melakukan perubahan pada lingkungan atau dirinya sendiri agar menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya.

Terdapat berbagai macam jenis kampanye yang memiliki tujuan berbeda, Charles U, Larson dalam buku Venus (2004: 11) membagi 3 jenis kampanye, yaitu *product-oriented campaigns*, *candidate-oriented*, dan *ideologically or cause oriented campaigns*. Dari ketiga jenis kampanye tersebut, kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan dan Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi adalah jenis kampanye *Ideologically or cause oriented campaigns*, karena kampanye ini mempunyai tujuan yang bersifat khusus untuk melakukan perubahan sosial agar dapat menangani masalah-masalah yang menjamur pada lingkungan masyarakat. Hal itu dapat dilihat dari programkampanye Kawasan Tanpa Asap Rokok (KTR) yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan ke sekolah-sekolah tingkat SMP dan SMA,rokok telah menjadi masalah serius yang membutuhkan perhatian khusus karena memang sudah menjamur di lingkungan masyarakat dan sudah menyebar dalam pergaulan para pelajar. Dinas Kesehatan menargetkan para pelajar tingkat SMP dan SMA dalam kampanye tentang bahaya rokok karena dianggap lebih efektif jika dilakukan doktrin sejak dini, hal itu dipercaya dapat membantu mengurangi angka perokok yang berada di Kabupaten Bekasi dan juga dapat meningkatkan PHBS sekolah.

b. Analisis Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan dan Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi

Terdapat beberapa faktor-faktor pendukung serta penghambat yang dapat terjadi saat proses komunikasi. Dalam buku Effendy (2005: 35-39) dijelaskan bahwa terdapat urutan untuk dijadikan acuan sebagai sasaran komunikasi, media, pesan, dan komunikator.

a). Mengenal Sasaran Komunikasi

Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi melakukan pendekatan terlebih dahulu kepada para tukang becak, dengan cara sering mendatangi mereka di pangkalannya untuk sekedar mengajak mereka mengobrol agar terbangun rasa kedekatan antara pihak Puskesmas dan para tukang becak, setelah itu pihak Puskesmas menyampaikan maksud baiknya agar para

tukang becak tersebut mau menerima binaan dari Puskesmas untuk melakukan kampanye kesehatan kepada para penumpangnya serta menerima pelatihan agar mereka lebih siap ketika harus melakukannya sendiri tanpa dibantu pihak Puskesmas..

b). Pemilihan Media Komunikasi

Puskesmas Kedungwaringin menggunakan media cetak berupa banner dan spanduk yang memiliki pesan akibat yang ditimbulkan dari rokok, pesan berupa ajakan untuk hidup sehat dan lain-lain, banner dan spanduk itu ditempatkan pada pangkalan becak komunitas BETARO, di jalan-jalan yang dekat dengan Puskesmas Kedungwaringin dan di becaknya itu sendiri. Selain media cetak, Puskesmas Kedungwaringin juga menggunakan media online berupa blog yang dikelola langsung oleh petugas Puskesmas Kedungwaringin, blog ini bertujuan untuk berbagi informasi kepada masyarakat yang berada diluar Kabupaten Bekasi. Puskesmas Kedungwaringin juga menggunakan media *words to mouth*, yang dilakukan petugas Puskesmas kepada komunitas BETARO, lalu komunitas BETARO menyampaikan lagi kepada para penumpangnya agar pesan tersebut terus menyebar.

c). Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi melakukan teknik instruktif terhadap komunitas BETARO, terbatasnya pengetahuan tentang kesehatan yang dimiliki komunitas BETARO, membuat Puskesmas melakukan teknik ini, tujuannya agar semua kegiatan yang dilakukan oleh komunitas BETARO dapat terarah dan terlaksana dengan rapih, semua kegiatannya dirancang oleh pihak Puskesmas serta kematangan mental dari masing-masing anggota juga disiapkan oleh pihak Puskesmas, agar nantinya tidak ada yang salah dalam menyampaikan pesan kampanyenya dan masyarakatpun mengerti terhadap apa yang disampaikan.

Komunitas BETARO dalam menyampaikan pesan kampanye kepada penumpangnya menggunakan teknik informatif, jadi hanya sekedar menyampaikan pesan dari kampanye yang dilakukan tentang bahaya rokok kepada penumpangnya, dengan harapan si penumpang tersebut tertarik dengan isi pesannya dan menyampaikannya kembali kepada keluarga atau kerabat terdekatnya. Hal ini disebabkan karena waktu yang dimiliki oleh komunitas BETARO ketika

mengantar penumpangnya ke tempat tujuan tidak lah banyak, sehingga hanya dapat untuk berbagi ilmu pengetahuan kesehatan saja yang didapat dari Puskesmas kepada penumpangnya.

d). Peranan komunikator dalam komunikasi

Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi dalam merangkul para tukang becak juga melakukan hal yang sama, ketika sedang jam istirahat petugas Puskesmas yang berada dibidang promosi kesehatan menyempatkan datang ke pangkalan becak untuk berbincang-bincang serta melakukan diskusi terkait kesehatan dan hal ini memiliki tujuan agar para tukang becak merasa nyaman dengan sikap dari petugas pihak Puskesmas Kedungwaringin dan juga menimbulkan rasa kepercayaan terhadap apa yang disampaikan.

Komunitas BETARO juga melakukan pendekatan kepada penumpangnya dengan cara aktif mengajak ngobrol selama dalam perjalanan menuju tujuan, mungkin ketika baru dibentuknya komunitas BETARO banyak masyarakat yang meragukan dengan kemampuan para anggotanya dalam menyampaikan pesan kampanye terkait bahaya rokok, tetapi dengan binaan dan pelatihan yang dilakukan oleh pihak Puskesmas mulai banyak masyarakat yang sudah percaya dengan apa yang disampaikan oleh komunitas BETARO, hal ini dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang datang ke Puskesmas atas dasar rekomendasi komunitas BETARO untuk minta diterapi berhenti merokok kepada pihak Puskesmas Kedungwaringin

c. Analisis SWOT Strategi Komunikasi Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi

Berdasarkan temuan data penelitian yang sudah didapatkan, kemudian peneliti akan melakukan analisis *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threats* (SWOT) terhadap strategi komunikasi Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi untuk mengkampanyekan pendidikan kesehatan melalui komunitas becak tanpa rokok (BETARO). Peneliti akan menguraikan Analisis SWOT sebagai berikut:

Strength, kekuatan menjadi faktor yang penting bagi perusahaan dalam melaksanakan suatu kegiatan, karena kekuatan yang terdapat pada perusahaan dapat dijadikan nilai jual. Pada Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi keunggulan atau kekuatan yang ada dalam kampanye pendidikan kesehatan melalui komunitas BETARO berada pada keunikan objek yang dijadikan media kampanye yaitu para tukang becak, menggunakan para pekerja yang berprofesi

sebagai tukang becak adalah sesuatu hal yang baru, sehingga mendapatkan perhatian dari berbagai macam pihak seperti media online detik.com, lalu Andalas Televisi (ANTV) salah satu televisi Nasional, dan Menteri Kesehatan Indonesia ke-19 Dr. Nafsiah Mboi, SpA, MPH. Klinik konsultasi berhenti merokok milik Puskesmas Kedungwaringin juga sangat diunggulkan, karena sudah banyaknya masyarakat yang datang untuk melakukan konsultasi agar dapat berhenti merokok.

Weakness, dalam kegiatan kampanye pendidikan kesehatan melalui komunitas BETARO terdapat kelemahan yang peneliti temukan ketika berada di lapangan yaitu tidak adanya pembaruan banner dan spanduk pada pangkalan serta becak mereka yang dahulu digunakan sebagai media promosi. Sedikitnya SDM dari Puskesmas Kedungwaringin yang membina komunitas BETARO juga menjadi kelemahan, karena menyebabkan berkurangnya kegiatan kampanye rutin yang harus dilakukan komunitas BETARO kepada masyarakat, akibatnya komunitas BETARO hanya dapat melakukan kampanye ketika sedang mendapatkan penumpang saja, tidak seperti dahulu yang melakukan kampanye keliling kampung bersama petugas dari Puskesmas Kedungwaringin.

Opportunity, kesempatan yang dimiliki oleh Puskesmas Kedungwaringin dalam melakukan kampanye pendidikan kesehatan melalui komunitas BETARO adalah ketika program ini berhasil mencuri perhatian banyak pihak dan diliput oleh televisi Nasional, hal ini dijadikan kesempatan oleh pihak Puskesmas untuk melakukan promosi secara maksimal karena pada saat itu semangat para anggota komunitas BETARO sedang berada dipuncaknya, sehingga momen ini dimanfaatkan oleh pihak Puskesmas untuk terus melakukan kegiatan kampanye pendidikan kesehatan. Undangan yang diberikan oleh Menteri Kesehatan Indonesia ke-19 juga dijadikan kesempatan oleh pihak Puskesmas Kedungwaringin untuk menunjukkan kepada masyarakat yang berada disekitar Puskesmas Kedungwaringin jika komunitas BETARO benar-benar komunitas yang memberikan efek positif terhadap lingkungan, karena eksistensinya sudah diakui oleh Negara. Komunitas ini juga memberikan efek baik terhadap program Puskesmas yang lain yaitu PHBS rumah tangga, ketika belum terbentuknya komunitas BETARO, salah satu indikator PHBS rumah tangga yaitu tidak merokok di dalam rumah masih rendah dan setelah komunitas BETARO menjalankan tugasnya, indikator tersebut mendapat perubahan menjadi lebih baik.

Threats, ancaman yang terjadi pada Puskesmas Kedungwaringin terjadi pada para perokok yang masih aktif, karena pada saat terbentuknya komunitas BETARO, cukup banyak

masyarakat yang tidak senang dengan keberadaan komunitas ini, karena banyak masyarakat yang masih belum melihat sisi baik dari komunitas ini, tetapi seiring berjalannya waktu komunitas ini akhirnya dapat diterima kehadirannya di sisi masyarakat yang berada di sekitar Puskesmas Kedungwaringin. Ancaman berikutnya adalah keterbatasannya dana kegiatan yang diperoleh Puskesmas Kedungwaringin untuk acara komunitas, karena tidak adanya dana khusus yang didapatkan untuk kegiatan komunitas, membuat perkembangan komunitas BETARO menjadi terhambat, tidak ada atribut baru yang dapat digunakan untuk mendukung kampanye yang sedang mereka lakukan, keterbatasannya anggota juga menjadi ancaman untuk komunitas ini, karena hanya mempertahankan anggota yang sudah tergabung sejak lama, tidak melakukan penambahan anggota, sehingga menjadi ancaman yang serius karena jika anggota yang sekarang semuanya beralih profesi maka komunitas BETARO dapat dikatakan bubar.

F. Penutup

a. Kesimpulan

Dinas Kesehatan dan Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi mempunyai tujuan agar dapat merubah kebiasaan buruk yang masih sering dilakukan oleh masyarakat Kabupaten Bekasi, serta memberikan mereka pengetahuan terkait ilmu kesehatan, dengan melakukan beberapa macam program kampanye. Program kampanye pendidikan kesehatan melalui komunitas BETARO melakukan beberapa kegiatan yaitu memberikan pengetahuan ilmu pengetahuan kesehatan kepada masyarakat sekitar Puskesmas Kedungwaringin, memberikan pelatihan kepada para tukang becak agar ketika berada di lapangan sudah mempunyai bekal yang cukup, melakukan promosi keliling kampung bersama dengan petugas Puskesmas Kedungwaringin, mengadakan tabungan BETARO agar para anggota BETARO dapat menyisihkan hasil dari pendapatannya setiap hari untuk ditabungkan, memasang banner dan spanduk pada pangkalan dan becak mereka sebagai media promosi kesehatan yang sedang mereka lakukan, menggunakan media baru yaitu blog resmi milik Puskesmas Kedungwaringin untuk mempromosikan komunitas BETARO serta memberikan ilmu kesehatan yang terdapat dalam blog tersebut

Program kampanye ini juga terdapat faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambatnya. Faktor pendukung adalah kepedulian Puskesmas Kedungwaringin dalam

membina para tukang becak agar menjadi lebih baik lagi, lalu memikirkan cara agar perekonomian para tukang becak dapat lebih baik dari sebelumnya, rasa kekeluargaan yang telah dibangun oleh Puskesmas Kedungwaringin membuat para tukang becak tidak berhenti untuk terus menyampaikan kampanye bahaya rokok. Dana yang diperoleh dari donatur juga sebagai faktor pendukung yang sangat penting, karena dana tersebut digunakan untuk melengkapi atribut-atribut yang digunakan ketika sedang melakukan kampanye, seperti spanduk dan rompi yang digunakan oleh komunitas BETARO. Kurangnya perhatian yang diberikan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Bekasi menjadi salah satu faktor penghambat, karena tidak adanya dana rutin yang didapatkan untuk kegiatan seperti komunitas ini, akibatnya banyak banner dan spanduk yang dahulu digunakan sebagai media promosi sudah rusak dan tidak dapat digunakan kembali, lalu tidak ada pembaruan terkait hal tersebut karena terkendala dana. Kurangnya SDM dari pihak Puskesmas Kedungwaringin juga menjadi faktor penghambat, karena saat ini hanya satu orang saja yang mengurus program kampanye komunitas BETARO, sehingga saat ini pembinaan terhadap komunitas BETARO tidak serutin dahulu lagi.

b. Saran

Dari hasil yang sudah didapatkan, peneliti memiliki beberapa saran untuk Dinas Kesehatan Kabupaten Bekasi, Puskesmas Kedingwaringin Kabupaten Bekasi dan untuk peneliti selanjutnya. Antara lain:

1. Dinas Kesehatan Kabupaten Bekasi lebih memberikan perhatian kepada komunitas BETARO, walaupun pembentukannya bukan dari Dinas sendiri yang merencanakan, tetapi keberadaan komunitas ini dapat membantu Dinas dalam hal mengkampanyekan pendidikan kesehatan.
2. Peneliti menyarankan kepada Dinas Kesehatan agar mulai memberi perhatian kepada masing-masing Puskesmas yang berada di Kabupaten Bekasi, jika memiliki suatu program yang kreatif dan program tersebut harus mendapatkan perhatian juga agar tetap terjaga eksistensinya.
3. Saran untuk pihak Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi agar segera mencoba membuat proposal dana untuk komunitas BETARO yang ditujukan kepada Dinas Kesehatan Kabupaten Bekasi, karena hal ini sangat berguna untuk memunculkan kembali identitas komunitas BETARO kepada

masyarakat dengan melengkapi kembali atribut-atribut yang dahulu mereka gunakan agar dikenal oleh masyarakat.

4. Mulai merancang kegiatan-kegiatan yang baru untuk komunitas BETARO juga dapat membuat komunitas BETARO kembali dikenal oleh masyarakat dan dapat membuat anggota BETARO menjadi semangat dalam melaksanakan tugasnya memberikan informasi perihal bahaya rokok.
5. Cukup banyaknya keterbatasan yang dialami oleh peneliti, disarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat melakukan pencarian informasi secara mendetail, agar nantinya tidak mengalami kesalahpahaman ketika sudah berada di lapangan, perlunya pendekatan secara mendalam terhadap narasumber menjadi suatu hal yang penting, agar dapat dengan mudah untuk menyesuaikan waktu ketika ingin bertemu. Peneliti selanjutnya dapat mengambil objek yang sama tetapi dengan fokus yang berbeda.

Daftar Pustaka

BUKU

Effendy, Onong Uchjana. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

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

SKRIPSI

Pertiwi, Rovina Sabda. (2014). “Kampanye Sosial tentang Perubahan Pesan Peringatan Bahaya Merokok (Studi Kasus Mengenai Kampanye Sosial Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta Pada Pesan Singkat Merokok Membunuhmu).” Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Ramdani, Hary. (2012). “Strategi Komunikasi Kehumasan Dinas Kesehatan Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Mengkampanyekan Program Anti Rokok.” Skripsi Sarjana, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

INTERNET

(<http://www.alodokter.com/segudang-bahaya-merokok-terhadap-tubuh>, akses tanggal 08 Desember 2016).

(<https://portal.bandung.go.id/posts/2017/02/23/9pBk/perokok-penderita-gangguan-mental>, akses tanggal 24 Mei 2017).

(<http://health.detik.com/read/2015/06/25/160316/2952362/763/kisah-robby-kenal-rokok-sejak-sd-dan-meninggal-karena-kanker-saat-26-tahun>, akses tanggal 08 Desember 2016).