STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KESEHATAN PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT DALAM MENGKAMPANYEKAN PROGRAM IMUNISASI MR

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh

Baiq Fitri Wulandari

115321020

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA

2020

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KESEHATAN PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT DALAM MENGKAMPANYEKAN PROGRAM IMUNISASI MR

Disusun oleh

BAIQ FITRI WULANDARI

15321020

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

Tanggal : 24 November 2020

Dosen Pembimbing Skripsi

Nadia Wasta Utami S.I.Kom., MA

NIDN. 0505068902

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KESEHATAN PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT DALAM MENGKAMPANYEKAN PROGRAM IMUNISASI MR

Disusun oleh

Baiq Fitri Wulandari

15321020

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal : 24 November 2020

Dewan Penguji :

1. **Ketua : Nadia Wasta Utami, S.I.Kom.,MA**
   NIDN.0505068902 **(……)**

2. **Anggota : Ratna Permata Sari, S.I.Kom., MA**
   NIDN.0509118601 **(……)**

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Puji Haryanti, S.Sos.,M.I.Kom

NIDN.0529098

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **Baiq Fitri Wulandari**

NIM **15321020**

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

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

Yang menyatakan,

Yogyakarta, 24 November 2020



Baiq Fitri Wulandari

HALAMAN MOTTO

“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum kafir”.

(Q.S Yusuf: 87)

“Dan tidak ada kesuksesan bagiku melainkan atas (pertolongan) Allah.”

(Q.S Huud: 88)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”.

(QS. Al Insyirah: 5)

“Apa yang kita tanam, itulah yang kita tuai, jika kamu berbuat baik, maka kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri, jika kamu berbuat jahat, maka kejahatan itu bagi dirimu sendiri.”

(Al-Isra: 7)

“Semua mimpi kita bisa terwujud jika kita berani mewujudkannya.” (Walt Disney)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahi Rabbil Alamin

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah

melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya sehingga karya tulis ini dapat terselesaikan.

Shalawat serta salam selalu dihaturkan kepada Rasulullah shallallahu ‘alaihi

wassalam, keluarga, sahabat serta umat yang mengikutinya.

Saya persembahkan karya tulis ini untuk :

Ibunda Siti Mahabbah dan Ayahanda Lalu Satirman, Saudaraku Lalu Radhin Nauval Khalis dan Cahya Mukarromah, Keluarga Besar serta Teman-teman yang tersayang

Terimakasih atas segala doa, dukungan, doa yang telah diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan karya tulis ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillahirrabil'alamiin, puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat dan hidayat-Nya. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'alaihi was salam, beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya yang Saleh. Berkat petunjuk dan tuntunan dari Allah Subhanahu wa ta'ala, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat Dalam Mengkampanyekan Program Imunisasi *Measles Rubella* Mr**"**

Selama proses penyusunan skripsi, penulis mendapatkan bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak yang sangat berarti sehingga dapat melewati kesulitan yang ada. Melalui kesempatan ini dengan segenap kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada berbagai pihak yang secara langsung membantu dalam penyelesaian skripsi ini, dan ucapan ini dihaturkan kepada:

1. Allah swt, yang telah melimpahkan rahmat hidayah dan ridhoNya serta memberikan kemampuan yang luar biasa sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
2. Bapak Dr. H. Fuad Nashori, S.Psi., M.Si., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia
3. Ibu Puji Hariyanti S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia
4. Ibu Nadia Wasta Utami, S.I.Kom. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu dan ilmu dalam memberi bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi.
5. Ibu Ratna Permata Sari, S.I.Kom., M.A. Selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah meluangkan waktu dan memberi saran kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
6. Bapak Ali Minanto S.Sos.,M.A. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan ilmu, dukungan, dan bimbingan kepada penulis.
7. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya atas semua ilmu, bimbingan, dan pengalaman yang dibagikan kepada penulis selama berkuliah di Program Studi Ilmu Komunikasi
8. Seluruh staf karyawan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia
9. Kepada orang tuaku tercinta Mamiq Lalu Satirman dan Bunda Siti Mahabbah yang telah memberikan doa, motivasi dan dukungan kepada saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Terimakasih banyak
10. Saudaraku, Adik Radhin dan Adik Caca terimakasih untuk doa dan dukungannya
11. Niniq Tuan Taqim, yang selalu memberi nasihat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
12. Elina Ismaniar sahabatku, teman tidur yang tidak henti memberi dukungan dalam proses pengerjaan skripsi.

13. Sahabatku diperkuliahan Monika, dan Nabila sahabat terbaik selama perkuliahan. Semoga persahabatan kita tidak terputus sampai kapanpun
14. Keluarga besar Komunikasi 2015, semoga kalian semua sukses dan jangan putus tali silaturahmi
15. KKN angkatan 58 dan teman-teman unit 128 Desa Mirit, Kebumen (Arya, Ibo, Riski, Arif, Indra, Fathan, dan Rafi) terimakasih telah menjadi team yang baik dalam menyelesaikan proker-proker KKN
16. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan inspirasi, membantu mendoakan dan memberi semangat dalam penulisan skripsi.
17. Nara sumber Bapak Awaluddin, Ibu Meta, Bapak Lalu Saprudin, Ibu Ica, Bapak Mahyun, dan Ibunda Siti Mahabbah yang telah bersedia membantu dalam proses pengambilan data.

Akhir kata, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak karena skripsi ini masih jauh dari sempurna dan semoga dapat bermanfaat bagi yang memiliki kepentingan. Semoga skripsi ini dapat memberikan informasi yang mampu membantu kemajuan ilmu pengetahuan dan dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Yogyakarta, 13 September 2020

Penulis

Baiq Fitri Wulandari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
HALAMAN PERNYATAAN iv
HALAMAN MOTTO v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR LAMPIRAN xii
ABSTRACT xiii
ABSTRAK xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 3
C. Tujuan Penelitian 3
D. Manfaat Penelitian 3
E. Tinjauan Pustaka 3
1. Penelitian Terdahulu 3
2. Perangkat Teori 6
F. Metodologi Penelitian 17
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN 21
A. Gambaran Umum Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat 21
B. Logo Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat 21
C. Visi dan Misi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat 22
D. Tugas, Fungsi dan Struktur Organisasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat 24
BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN 27
A. Kebijakan Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat 28
B. Perencanaan Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat 29
C. Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat 36
D. Tanggapan Masyarakat Provinsi Nusa Tenggara Barat 49
E. Faktor Pendukung dan Penghambat Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam Mengkampanyekan Imunisasi MR 52
F. Analisis SWOT Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat 56
BAB IV PENUTUP 58
A. Kesimpulan 58
B. Saran 60
C. Keterbatasan Penelitian 61
DAFTAR PUSTAKA 62

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 Narasumber..... 27

TABEL 3.2 Analisis SWOT Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat..... 56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat 21
Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat 24
Gambar 3.1 Rapat Evaluasi 35
Gambar 3.2 Rapat Koordinasi 38
Gambar 3.3 Kegiatan Pelatihan Petugas Kesehatan 40
Gambar 3.4 Kegiatan Kampanye 41
Gambar 3.5 Spanduk Kampanye Vaksin MR 43
Gambar 3.6 Buku Advokasi Imunisasi 44
Gambar 3.7 Informasi Kegiatan Sosialisasi Kesehatan 45
Gambar 3.8 Kegiatan Sosialisasi Imunisasi MR melalui Youtube 47
Gambar 3.9 Sosialisai Imunisasi MR melalui Website 48

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat rekomendasi penelitian ke Dinas Kesehatan Provinsi NTB 64
Lampiran 2. Surat selesai penelitian di Dinas Kesehatan Provinsi NTB 65
Lampiran 3. Transkip wawancara 66
Lampiran 4. Surat edaran Gubernur NTB 75
Lampiran 5. Data-data dari Dinas Kesehatan Provinsi NTB 76

ABSTRACT

Wulandari, B. 15321020 (2020). West Nusa Tenggara Provincial Health Office Communication Strategy in Campaigning the MR Immunization Program. (Undergraduate Thesis). Communication Studies Program, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia.

Based on data from the Ministry of Health of the Republic of Indonesia Measles (Measles) and Rubella (MR) are infectious and dangerous diseases. So that the government continues to strive to build public awareness about how to prevent measles (Measles) and Rubella through health promotion activities or health campaigns. In the implementation of the MR immunization campaign, there are many pros and cons considering the many news circulating about vaccine ingredients that are considered to contain haram elements.

The object of this research is the West Nusa Tenggara Provincial Health Office and the aim is to find out what communication strategies are used by the West Nusa Tenggara Provincial Health Office in carrying out the MR immunization campaign where the people of West Nusa Tenggara are a majority Muslim community, and also want to know the opportunities and obstacles. in the MR immunization campaign. This study used a qualitative descriptive method by taking data through direct observation and interviews.

The results of this study were that the West Nusa Tenggara Provincial Health Office carried out several communication strategies in carrying out immunization campaigns, namely communication strategies through socialization and coordination, holding health worker training, health promotion cadres coming directly to the community, communication strategies through several media, usingstrategies testimonial device. The supporting factor in the implementation of the MR immunization campaign carried out by the West Nusa Tenggara Provincial Health Office is firstly there is a commitment between stakeholders, then there is support from the media which facilitates the dissemination of messages or information about MR immunization. Then the inhibiting factor is first, Vaccination is not evenly distributed because schools were closed for 3 weeks during the earthquake. Second, the emergence or circulation of issues in the community regarding the content of vaccines that are still haram. and lastly the provision of information or campaign schedules conflicted with community working hours

Keywords: communication strategy, health campaign, measles rubella (mr).

ABSTRAK

Wulandari, B. 15321020 (2020). *Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam Mengkampanyekan Program Imunisasi MR.* (Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Berdasarkan data dari Kementrian Kesehatan Republik Indonesia Campak (*Measles*) dan *Rubella* (MR) merupakan penyakit menular dan berbahaya. Sehingga pemerintah terus berupaya untuk membangun kesadaran masyarakat tentang cara pencegahan penyakit campak (*Measles*) dan *Rubella* melalui kegiatan promosi kesehatan atau kampanye kesehatan. Dalam pelaksanaan kampanye imunisasi MR banyak menuai pro dan kontra mengingat banyaknya berita yang beredar tentang bahan vaksin yang dinilai mengandung unsur haram.

Objek penelitian ini adalah Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dan tujuannya ialah mengetahui apa saja strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam melaksanakan kampanye imunisasi MR yang dimana masyarakat Nusa Tenggara Barat merupakan masyarakat mayoritas Muslim, dan juga ingin mengetahui peluang dan hambatan dalam mengkampanyekan imunisasi MR. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengambil data melalui observasi langsung dan wawancara.

Hasil penelitian ini adalah Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat melakukan beberapa strategi komunikasi dalam melakukan kampanye imunisasi yaitu strategi komunikasi melalui sosialisasi dan koordinasi, mengadakan pelatihan petugas kesehatan, kader promosi kesehatan mendatangi langsung masyrakat, strategi komunikasi melalui beberapa media, menggunakan strategi *testimonial device*. Faktor pendukung dalam pelaksanaan kampanye imunisasi MR yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat ialah pertama adanya komitmen antara *stakeholder* selanjutnya adanya dukungan dari media yang memudahkan dalam penyebarluasan pesan atau informasi tentang imunisasi MR. Kemudian Faktor penghambatnya yaitu pertama, pemberian vaksin belum merata karena sekolah diliburkan selama 3 minggu saat adanya bencana gempa bumi. Kedua munculnya atau beredarnya isu di masyarakat tentang kandungan vaksin yang masih haram dan yang terakhir Pemberian informasi atau jadwal kampanye berbenturan dengan jam kerja masyarakat.

Kata kunci: strategi komunikasi, kampanye kesehatan, *measles rubella* (mr).

BAB I

A. Latar Belakang

Indonesia saat ini sedang mengalami darurat vaksin, hal tersebut dapat dilihat dari data WHO yang mengungkapkan bahwa Indonesia berada diperingkat ketujuh dari negara dengan kasus campak tertinggi di dunia. Sedangkan pada kasus rubella Indonesia berada di peringkat kedua setelah India untuk wilayah kerja *South East Asia*, dengan jumlah 1.853 kasus, disebutkan oleh Primastika (2018) dalam Tirto.id. Campak dan Rubella adalah penyakit infeksi menular melalui saluran napas yang disebabkan oleh virus Campak dan Rubella (IDAI, 2017). Pada anak-anak campak rubella ini hanya menimbulkan sedikit keluhan atau dapat dikatakan tanpa gejala, sedangkan pada penderita dewasa dapat menimbulkan gejala demam, sakit kepala, lemas dan konjungtivitis (mata merah). Campak rubella juga dapat menyerang ibu hamil, adapun dampak yang dapat ditimbulkan ialah terjadinya keguguran atau abortus, bayi lahir mati, prematur dan cacat apabila bayi tetap hidup. Penyakit campak rubella sampai saat ini belum ditemukan obatnya melainkan penyakit ini dapat dicegah dengan melakukan imunisasi MR. Penyebab utama dari kasus ini adalah masih kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya vaksin untuk menjaga kesehatan.

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya kesehatan bagi masyarakat salah satunya dengan melakukan kampanye kesehatan. Kampanye sendiri merupakan sebuah rangkaian kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk mempersuasi atau mengajak khalayak luas tentang sebuah hal yang positif yang outputnya adalah mendapat perubahan sosial atau perubahan sikap yang yang mencolok dari masyarakat. Sangat banyak jenis kampanye kesehatan yang sering kita temui, salah satunya ialah kampanye tentang imunisasi.

Pelaksanaan kampanye imunisasi MR telah dilakukan di berbagai penjuru wilayah Indonesia, salah satunya di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Pada Provinsi Daerah Nusa Tenggara Barat cakupan imunisasi MR masih dapat dikatakan sangat rendah. Disebutkan oleh Kepala Bidang Sumber Daya Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat, Lalu Budarja, SKM., M.Kes, pencapaian imunisasi di Provinsi Nusa Tenggara Barat masih sangat rendah, baru mencapai

67,3% dan menempati peringkat ke-9 terbawah di Indonesia (dalam Dwidinia, insidelombok.id). Angka capaian tersebut juga dijabarkan oleh Kania dalam lifestyle.okezone.com bahwa saat ini anak berusia 9 bulan sampai 15 tahun yang sudah divaksin di NTB hanya sekitar 18,57% dari 1.398.929 anak. Kampanye yang dilakukan banyak menuai pro dan kontra, sangat banyak kendala yang dihadapi, beberapa di antaranya yaitu wilayah Provinsi Nusa Tenggara Barat pada saat ini masih dalam masa pemulihan pasca gempa yang terjadi bulan Agustus tahun 2018. Pemberian vaksin MR di Provinsi Nusa Tenggara Barat juga sedikit dimodifikasi. Kampanye atau pemberian vaksin MR tidak lagi dilakukan di posyandu - posyandu melainkan petugas kesehatan langsung mendatangi dimana anak-anak itu berada atau berkumpul sistem ini digunakan mengingat banyaknya fasilitas daerah ataupun rumah sakit yang rusak.

Pada wilayah Nusa Tenggara Barat kendala terbesar yang dihadapi adalah masih banyaknya orang tua yang tidak ingin anaknya divaksin. Hal tersebut berdasarkan hasil observasi awal dengan pegawai Dinas Kesehatan di salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Barat mengatakan bahwa pencapaian pelaksanaan vaksin MR baru mencapai 71%. Salah satu yang menghalangi efektivitas kampanye ialah isu mengenai vaksin yang masih mengandung unsur haram di dalamnya. Hal tersebut membuat masyarakat Provinsi Nusa Tenggara Barat terutama yang beragama Islam ragu untuk memberikan anaknya vaksin MR hingga muncul kelompok-kelompok yang biasa disebut dengan anti vaksin.

Dari pro dan kontra yang ada inilah mengapa penting dibuatnya strategi komunikasi khususnya strategi dalam mengkampanyekan vaksin MR pada daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat. Strategi komunikasi sendiri menurut Middleton (dalam Cangara: 2013) merupakan perpaduan yang terbaik dari semua elemen-elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran, penerima hingga dampak atau *feedback*. Strategi komunikasi dibutuhkan dalam setiap perencanaan aktivitas komunikasi yang dipergunakan sebagai panduan atau acuan yang tujuannya untuk mencapai sebuah keberhasilan. Berdasarkan paparan diatas peneliti tertarik untuk melakukan analisis strategi komunikasi pada Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mengkampanyekan vaksin MR tersebut.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi komunikasi pemerintah khususnya Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mengkampanyekan imunisasi MR?

2. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat yang dialami oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mengkampanyekan imunisasi MR?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana strategi komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mengkampanyekan imunisasi MR

2. Untuk mengetahui apa saja peluang dan hambatan yang dialami oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mengkampanyekan imunisasi MR

D. Manfaat Penelitian

A. Aspek Teoritis

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan tambahan pengetahuan atau perkembangan studi ilmu komunikasi tentang strategi komunikasi terutama pada bidang kesehatan.

B. Aspek Praktis

Memberikan informasi tentang pelaksanaan dan pengelolaan strategi komunikasi dalam mengkampanyekan imunisasi MR dan sebagai acuan Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat untuk meningkatkan program kampanye kesehatan.

E. Tinjauan pustaka

1. Penelitian terdahulu

Penelitian yang pertama yaitu Mayangga Dwi Nanjaya Jurusan ilmu komunikasi. Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tahun 2012. Judul skripsi "Strategi Kampanye Humas Dinas Kesehatan Kota Jambi dalam Mensosialisasikan Program Imunisasi pada Anak**".** Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi kampanye yang dilakukan oleh Humas Dinas Kesehatan kota Jambi dalam mensosialisasikan program imunisasi pada anak dan juga apa saja peluang dan hambatan yang dihadapi Dinas Kesehatan kota Jambi pada program imunisasi pada anak. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan menganut paradigma konstruktivisme. kesimpulan dari skripsi Mayangga ialah strategi komunikasi yang dilakukan oleh humas Dinas Kesehatan kota Jambi dalam mengkampanyekan imunisasi telah memenuhi unsur-unsur Intended Effect, Communication Objective, Target Population dan The Receiving Group.

Penelitian yang dilakukan oleh Nanjaya (2012) memiliki kesamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi komunikasi khususnya dalam kampanye kesehatan. Sedangkan perbedaanya penelitian ini melihat strategi komunikasi yang dilakukan oleh humas Dinas Kesehatan kota Jambi dalam mengkampanyekan imunisasi sedangkan pada penelitian ini membahas lebih spesifik tentang kampanye imunisasi atau vaksin MR dan penelitian dilakukan pada Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Penelitian kedua dilakukan oleh Davis Roganda Parlindungan, Dyah Kusumawati, Altobeli Lobodally, diambil dari Jurnal Bisnis dan Komunikasi Volume 5 No. 1 (Februari 2018) yang berjudul "Strategi Komunikasi Rumah Vaksinasi Menghadapi Kampanye Hitam dan Mitos Imunisasi" penelitian ini dilakukan karena masih banyaknya orang tua yang awam atau takut jika anaknya diberikan imunisasi, beredarnya kampanye yang tidak semestinya dan banyaknya orang tua yang masih percaya akan mitos-mitos terdahulu yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan studi kasus.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam (indepth interview). Kesimpulan dari penelitian ini ialah dalam menyusun strategi komunikasi atau menyebarkan pesan menggunakan media sosial seperti *facebook* yang dimiliki setiap cabang. Selain itu mereka juga menggunakan *instagram* dan *youtube channel*. Admin dari masing-masing media sosial itu juga merupakan petugas-petugas kesehatan seperti dokter. Dalam penyusunan strategi komunikasi pada bidang kesehatan diperlukannya konsep persuasif yang sistematis, ini diharapkan dapat mempermudah identifikasi dari proses-proses yang terjadi ketika pesan-pesan komunikasi kesehatan disampaikan.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama membahas tentang strategi komunikasi khususnya dalam bidang kampanye kesehatan yang berkaitan dengan isu-isu vaksin yang beredar di masyarakat. Perbedaannya dengan peneliti ialah meneliti strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dan lebih spesifiknya membahas tentang kampanye imunisasi MR.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Novia Aulina mahasiswi Ilmu Komunikasi tahun 2014 Universitas Islam Indonesia dengan judul skripsi "Analisis Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam Kampanye Program Pengendalian dan Pencegahan Penyakit (P2P) TB**".** Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi komunikasi yang digunakan pemerintah Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam kampanye program pengendalian dan pencegahan penyakit (P2P) TB di Provinsi Riau. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif kualitatif dan pengumpulan datanya menggunakan observasi dan wawancara. Kesimpulan dari skripsi ini ialah Dinas Kesehatan Provinsi Riau menggunakan beberapa strategi komunikasi, diantaranya adalah strategi komunikasi yang dilakukan melalui sebuah event tertentu, strategi komunikasi melalui sebuah program, strategi komunikasi melalui pesan, strategi komunikasi melalui media, dan strategi komunikasi yang dilakukan melalui kerja sama.

Penelitian yang dilakukan Aulina (2014) dengan penelitian ini memiliki persamaan, antara lain sama-sama menganalisis strategi komunikasi dalam kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan. Perbedaan penelitian ini adalah peneliti meneliti

strategi komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mengkampanyekan imunisasi MR.

Penelitian keempat dilakukan oleh Davy Putri Kussanti, Intan Leliana, diambil dari Jurnal Komunikasi Volume 9 No. 1 (Maret 2018) yang berjudul "Program Kampanye Humas Puskesmas Kecamatan Palmerah Dalam Upaya Preventif Bahaya Campak Dan Rubella Di Masyarakat**"** Penelitian ini membahas tentang bagaimana aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh Humas Puskesmas Palmerah yang dimaksudkan untuk mempengaruhi khalayak luas agar mengetahui dengan baik bahaya dari penyakit campak dan rubella. Media komunikasi, informasi dan edukasi cetak digunakan untuk menyampaikan isi pesan dari kampanye. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah dalam menyampaikan sebuah pesan kampanye yang baik dan efektif diperlukan sebuah strategi dan perencanaan mulai dari analisis situasi hingga sampai eksekusi program. Pada penelitian ini Humas Puskesmas Palmerah menggunakan media publikasi cetak seperti poster dan leaflet. Persamaan penelitian yang dilakukan Kussanti dan Lelina (2018) dengan peneliti ialah sama-sama membahas tentang kampanye kesehatan tentang vaksin dan rubella. Sedangkan perbedaannya ialah pada objeknya, penelitian Kussanti dan Lelina pada Puskesmas sedangkan peneliti pada Dinas Kesehatan.

Penelitian kelima dilakukan oleh Nadia Wasta Utami Dosen Universitas Islam Indonesia yang berjudul "Strategi Promosi Kesehatan Puskesmas Mlati 2 Sleman dalam Program Indonesia Sehat dengan Pendekatan Keluarga". Penelitian ini memiliki pokok bahasan tentang analisis strategi yang dilakukan Puskesmas Mlati 2 Sleman dalam melakukan promosi kesehatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif kualitatif

Kesimpulan dari penelitian ini ialah dapat diketahui strategi yang digunakan dalam promosi kesehatan Puskesmas Mlati 2 Sleman berupa pemberdayaan, bina suasana, advokasi, dan kemitraan. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Utami dengan peneliti ialah sama-sama menganalisis strategi dalam promosi dan perbedaannya

terletak pada objek dan yang fokus bahasan, peneliti membahas kampanye imunisasi Mr sedangkan Nadia promosi kesehatan secara umum.

2. Kerangka Teori

a) Kebijakan Komunikasi

Kebijakan Komunikasi erat kaitannya dengan perencanaan komunikasi dimana kebijakan komunikasi berfungsi untuk memberi asas atau pedoman dalam melaksanakan perencanaan komunikasi. Kebijakan komunikasi menurut Ugbojah dalam Jurnal Komunikasi (Aritonang:2011) merupakan kumpulan prinsip-prinsip atau norma-norma yang sengaja dibuat untuk mengatur perilaku sistem komunikasi. Sebuah kebijakan komunikasi terbentuk setelah adanya sebuah sistem komunikasi yang berlaku di sebuah negara. Setiap negara memiliki kebijakan komunikasi yang berbeda-beda bergantung pada nilai-nilai yang ada di masyarakat.

Cangara (2017) menyebutkan bahwa dalam penyusunan kebijakan komunikasi perlu melibatkan banyak sektor, salah satunya ialah sektor legislatif sebagai sektor utama. Kebijakan yang disusun ini nantinya dijadikan sebagai kerangka kerja untuk menjadi acuan dalam implementasi kegiatan komunikasi yang dilakukan. Dengan adanya kebijakan komunikasi ini akan mempermudah implementasi kegiatan komunikasi yang akan dilakukan.

Kebijakan komunikasi berfungsi untuk memperlancar jalannya sistem komunikasi. Kebijakan komunikasi juga saling berkaitan dengan kebijakan publik, dimana kebijakan publik adalah sesuatu yang diciptakan pemerintah untuk dikerjakan maupun tidak dikerjakan. Setidaknya kebijakan komunikasi memiliki 5 kriteria bentuk kebijaksanaan komunikasi sebagai kebijakan publik menurut Abrar dalam Jurnal Komunikasi (Aritonang:2011). 5 kriteria sebagai berikut :

1) Memiliki tujuan tertentu

Setiap aturan atau kebijakan tentu memiliki sebuah tujuan untuk memperlancar jalannya sebuah sistem

2) Berisi tindakan pejabat pemerintah

Sebuah kebijakan dilahirkan dari tindakan pemerintah karena disusun oleh perangkat Pemerintahan.

3) Memperlihatkan apa yang akan dilakukan pemerintah

Kebijakan ini akan memperlihatkan apa yang akan dijalankan oleh Pemerintah. Namun kebijakan komunikasi ini bukanlah berisi keinginan Pemerintah melainkan Pemerintah berperan sebagai fasilitator setelah adanya keinginan dari kelompok masyarakat untuk diciptakannya regulasi/kebijakan.

4) Dapat bersifat positif atau negative

Kebijakan Komunikasi bersifat positif jika mampu menjawab persoalan yang muncul. Selanjutkan kebijakan komunikasi dapat bersifat negatif apabila kebijakan tersebut berisi tarik menarik sebuah kepentingan, setiap kebijakan akan melahirkan pro dan kontra

5) Bersifat memaksa (otoritatif)

Semua kebijakan atau regulasi yang dibuat oleh pemerintah wajib untuk dijalankan. Apabila ada pelanggaran terhadap keputusan yang telah diputuskan pemerintah maka ada sanksi terutama sanksi hukum yang menjerat pelanggarnya.

b) Strategi Perencanaan dan Komunikasi

Strategi merupakan sebuah langkah atau perencanaan yang digunakan untuk mencapai sebuah tujuan. Perencanaan sendiri menurut Kaufman (dalam Cangara:2017) ialah penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai termasuk cara-cara apa saja yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Sedangkan komunikasi sendiri merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui sebuah media dan memiliki umpan balik atau feedback. Pada dasarnya komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh manusia dengan menggunakan sarana tertentu dan

mengharapkan imbas tertentu. Proses penyampaian pesan ini dilakukan kepada diri sendiri maupun orang lain. Penerima pun bisa bisa dari diri sendiri atau orang lain dalam skala yang berbeda-beda. Sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan terkadang merupakan sesuatu yang melekat pada diri sendiri, dan terkadang juga berupa sesuatu yang dibuat dengan ilmu pengetahuan dan teknologi, timbal baliknya terkadang bisa jadi sesuai dengan apa yang diinginkan pengirim atau penerima pesan bahkan bisa sebaliknya atau tidak sesuai.

Suryadi (2018) menyebutkan bahwa strategi komunikasi adalah suatu sistem yang praktis dan suatu yang sentral dalam keberhasilan sebuah proses komunikasi. Jadi strategi komunikasi merupakan sebuah perencanaan sistematis yang berisi tentang apa saja yang seharusnya dilakukan yang berkaitan dengan aktivitas komunikasi untuk mencapai tujuan, cara apa saja yang dapat digunakan sehingga tujuan tersebut dapat tercapai, untuk siapa perencanaan itu ditujukan, menggunakan peralatan apa saja dan dalam jangka waktu berapa lama tujuan itu dapat dicapai sampai dengan pengaruh dari pesan yang disampaikan. Gregory (dalam Venus 2009) menyebutkan aspek-aspek dalam perencanaan kampanye sebagai berikut :

1) Analisis Masalah

   Analisis masalah sangat perlu dilakukan hal ini menjadi panduan atau tolak ukur dalam pelaksanaan program komunikasi. Analisis masalah ini dapat dilakukan oleh pihak internal maupun eksternal, akan lebih baik jika analisis dilakukan oleh kedua belah pihak.

2) Penyusunan Tujuan

   Setelah mengetahui permasalahan yang ada, langkah selanjutnya ialah penyusunan tujuan. Tujuan ini berfungsi untuk mengetahui apa yang sebenarnya ingin dicapai.

3) Identifikasi dan segmentasi sasaran.

   Identifikasi dan segmentasi sasaran dilakukan guna mengetahui siapa dan bagaimana serta apa saja yang perlu dilakukan kepada target sasaran yang dituju.

4) Menentukan Pesan

Setelah Mengetahui siapa yang menjadi sasaran kemudian kita dapat menyusun pesan seperti apa yang akan diberikan kepada khalayak. Pesan ini nantinya akan membawa target mengikuti apa yang diinginkan dari program kampanye.

5) Strategi dan Taktik

Strategi ini merupakan pendekatan yang digunakan untuk menuju kepada suatu keadaan tertentu, yang dirancang berdasar pada analisis masalah dan penetapan tujuan.

6) Alokasi Waktu dan Sumber Daya

Kampanye dilaksanakan selalu memiliki rentang waktu tertentu. Rentang waktu ini dapat dipengaruhi oleh situasi-situasi tertentu.

7) Evaluasi

Evaluasi merupakan salah satu bagian dari sebuah perencanaan yang tidak boleh dilupakan. kegiatan ini dibutuhkan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan.

Menetapkan strategi komunikasi dalam melaksanakan perencanaan komunikasi sangatlah penting, guna memperoleh keefektivitasan komunikasi dalam mengimplementasikan program yang ingin dicapai. Penetapan strategi ini tentu saja berdasarkan elemen-elemen yang ada di komunikasi yaitu *who say what, to whom through, what channels, and what effect* (siapa yang mengatakan apa, kepada siapa, menggunakan saluran apa, dana pa efeknya), dari *who* kita bisa mengetahui siapa yang akan menjadi penyampai atau biasa kita kenal dengan komunikator atau narasumber, *say* yang diartikan sebagai pesan yang akan disampaikan, *to whom* kepada siapa pesan tersebut akan disampaikan, ini biasa disebut dengan tujuan, pendengar, komunikan atau khalayak, *what channels* yaitu dengan menggunakan saluran apa pesan tersebut akan disampaikan sehingga sampai ke komunikan atau khalayak, *what effect* yaitu dampak atau efek yang terjadi di khalayak setelah pesan tersebut disampaikan. Langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam

menetapkan strategi komunikasi dalam Cangara (2013) adalah sebagai berikut:

1) Memilih dan menetapkan komunikator

Komunikator memiliki fungsi yang sangat penting. Komunikator juga harus berkata benar, karena informasi yang benar dapat mencerahkan kehidupan, dapat membantu mempertimbangkan sebuah hal dalam mengambil sebuah keputusan (dalam Haryatmoko: 2007). Komunikator dijadikan sebagai sumber dan harus mampu mengendalikan aktivitas komunikasi. Komunikator menentukan proses komunikasi dapat berjalan dengan baik atau bahkan sebaliknya. Menjadi seorang komunikatortidaklah mudah, harus memiliki beberapa syarat yang harus terpenuhi menurut Effendy (dalam Ruslan: 2004)

a) Tingkat kepercayaan orang lain terhadap dirinya (kredibilitas) atau *ethos* Jams McCroskey menyebutkan bahwa kredibilitas komunikator dapat diperoleh dari kompetensi yaitu kemampuan komunikator dalam menguasai permasalahan yang dibahasnya, kemudian sikap yaitu bagaimana cara penyampain informasi yang disampaikan oleh komunikator, selanjutnya tujuan, menunjukkan apa yang disampaikan komunikator memiliki maksud yang baik atau tidak, dan kepribadian dengan dinamika yaitu apakah komunikator memiliki pribadi yang hangat dan bersahabat, sedangkan dinamika yaitu bagaimana materi yang disampaikan apakah menarik atau membosankan.
b) Harus memiliki daya tarik (*attractive*) atau *pathos* merupakan sifat seorang komunikator yang terpenting yang harus dimiliki. Seseorang yang memiliki fisik menarik akan lebih mudah untuk menarik perhatian bahkan lebih mudah menggugah pendapat dan sikap seseorang.
c) Memiliki kekuatan (*power*) atau *logos* dengan memiliki kekuatan atau kemampuan dalam bergaya akademis akan lebih mudah untuk dipercayai dan didengarkan oleh target sasaran.

2) Penetapan target sasaran dan analisis kebutuhan

Dalam menyusun suatu strategi komunikasi kita harus mengetahui dan memahami segmentasi masyarakat yang akan kita tuju. Dengan mengetahui segmentasi sasaran, kita dapat mengetahui cara seperti apa yang harus digunakan dalam melaksanakan kegiatan komunikasi. Peran masyarakat dalam kegiatan komunikasi ini sangat penting, masyarakat bisa menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya sebuah kegiatan. Dalam menetapkan target sasaran biasanya dilihat dari segmentasinya. Segmentasi masyarakat ini dikelompokkan atau dipetakan dengan tiga cara yaitu:

a) Dilihat dari segi sosiodemografik yang didalamnya melingkupi pengetahuan khalayak, pekerjaan, usia, tingkat penghasilan, jenis kelamin, agama, ideology, etnis, dan termasuk kepemilikan media
b) Dilihat dari segi profil psikologi, melingkupi perilaku yang terdapat pada diri manusia, contohnya temperamen, sabar, ekstrovert, introvert, ambivert, emosional, tidak sabar, pendendam, antipasti, berani dan penakut
c) Dilihat dari segi karakteristik sikap khalayak, yang didalamnya mencakup rutinitas yang dijalani dalam kehidupan bermasyarakat. Aspek ini dapat didalami atau bisa diketahui melalui penelitian atau riset.

3) Teknik Menyusun pesan

Sebelum kampanye dilakukan, yang harus dipikirkan ialah pesan apa yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Pesan-pesan sendiri memiliki beberapa sifat bergantung pada program yang akan disampaikan. Jika pesan yang disampaikan bertujuan untuk penjualan makan pesannya bersifat persuasif dan provokatif dan apabila produk berbentuk program penyuluhan untuk kesadaran masyarakat maka pesan bersifat persuasif edukatif. Namun apabila sesuatu yang ingin disampaikan yang sifatnya hanya untuk sekedar diketahui oleh

masyarakat maka sifat pesannya informative. Beberapa teknik penyusunan pesan dalam bentuk:

a) *One side issue* yang merupakan teknik penyampaian pesan yang menyampakan sisi kebaikan atau bahkan sebaliknya. Maksud dari pengertian one side issue ialah seorang komunikator harus mampu memberikan tekanan apakah kepada kebaikannya atau keburukannya.
b) *Two side issue* merupakan teknik penyampaian pesan dimana seorang komunikator memberikan informasi harus dari sisi baiknya maupun dari sisi buruknya.

4) Memilih media atau saluran komunikasi

Sampai saat ini perubahan penggunaan media dalam menyampaikan pesan terus berlangsung. Penyebab utama hal tersebut terjadi karena perkembangan teknologi yang sangat pesat. Bisa dilihat saat ini media cetak seperti surat kabar, majalah, tabloid, dan media elektronik berupa tv dan radio digolongkan sebagai media lama. Sedangkan internet dan telepon selular digolongkan sebagai media baru.

5) Produksi media

Seperti yang diketahui saat ini media digolongkan dalam dua kategori yaitu media lama dan media baru. Dalam memproduksi sebuah media bergantung pada bentuk media seperti apa yang ingin dibuat. Karena sistem dalam pembuatan media cetak sudah jelas tidak serupa dengan system media elektronik.

6) Uji awal materi komunikasi

Dalam melakukan uji awal materi komunikasi diperlukan bantuan dari beberapa belah pihak mulai dari ahli atau pakar bidang komunikasi, psikologi massa, agama, bahasa, dan juga seni. Mereka dapat dimintai pendapatnya tentang keefektivitasan komunikasi yang dilakukan, kemudian juga dapat melihat dampak sosial komunikasi terhadap target sasaran dan yang terakhir agar tidak terjadinya pelecehan agama dari pesan-pesan yang disampaikan.

7) Penyebarluasan media komunikasi

Keberhasilan sebuah program sangat bergantung pada penyebarluasan media. Penyebarluasan pada media ini pada dasarnya berbeda satu sama lainnya, bergantung pada sifat, karakteristik, dan jangkauan media itu sendiri.

8) Menganalisis efek komunikasi

Kegiatan program komunikasi dilaksanakan bertujuan untuk mempengaruhi khalayak. Pengaruh sangat penting dalam proses komunikasi. Menganalisis efek komunikasi digunakan untuk mengetahui berhasil atau tidaknya program komunikasi yang dilakukan.

9) Penetapan rencana anggaran

Dalam melakukan program komunikasi perlu dilakukan Survey awal sebelum membelanjakan dana program komunikasi. Dapat dilihat apakah media tersebut memiliki daya sebar yang luas, apakah masyarakat yang dituju tersebut memiliki atau berlangganan dengan media yang akan digunakan. Dari sinilah kita dapat menentukan anggaran biaya yang akan dikeluarkan.

10) Penyusunan jadwal kegiatan

Penetapan agenda kegiatan program komunikasi harus menggunakan sebuah strategi, mempertimbangkan waktu agar program yang dilakukan mengena kepada sasaran.

11) Penetapan tim kerja

Memilih tim kerja dalam pelaksanaan program komunikasi adalah salah satu kunci keberhasilan suatu program tersebut. Diperlukan orang-orang yang handal dan kompeten untuk mampu memahami apa saja yang harus dilakukan dalam melaksanakan kegiatan komunikasi.

12) Evaluasi dan audit komunikasi

Pada evaluasi dilakukan sebuah penilaian terhadap keberhasilan program komunikasi yang dilakukan, yang bertujuan untuk mengkoreksi atau meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya. Evaluasi ini dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan evaluasi program dan

evaluasi manajemen. Tahap evaluasi menggunakan analisis SWOT untuk menganalisis strategi yang digunakan dalam kegiatan komunikasi dan pada tahap ini juga dijabarkan faktor penghambat dan faktor pendukung kegiatan kampanye.

c) Kampanye Kesehatan

Berbicara tentang komunikasi sangat erat kaitannya dengan kampanye, kampanye sendiri pada dasarnya merupakan serangkaian kegiatan komunikasi yang tujuannya mempersuasi khalayak luas tentang sebuah hal yang outputnya untuk mendapatkan sebuah perubahan sosial yang ada di masyarakat menurut Rogers dan Storey (dalam Ruslan: 2008). Pada dasarnya komunikasi dalam kampanye biasanya berhubungan dengan sebuah tujuan, siapa saja khalayak sasarannya, dan dalam rangka apa kegiatan tersebut dilakukan. Jenis-jenis kampanye yang biasa kita temui menurut Charles Larson (dalam Venus: 2009) sebagai berikut:

1) *Product*, kampanye ini biasa digunakan untuk penjualan produk atau kampanye yang berkaitan dengan kegiatan komersial.
2) Candidat, biasanya kampanye ini digunakan untuk kepentingan kampanye politik *ideological or cause* atau yang biasa kita sebut dengan kampanye sosial. Kampanye ini bersifat khusus dan berdimensi pada perubahan sosial. Salah satu contohnya kampanye sosial yang bersifat non komersial ialah kampanye kesehatan, kampanye anti HIV/AIDS, anti narkoba, Anti asap rokok, dan masih banyak lainnya.

Kampanye sosial digunakan untuk menangani masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku pada masyarakat yang dituju (Venus: 2009). Kampanye ini juga berkaitan tentang penyakit dan perubahan sosial dapat juga disebut sebagai komunikasi kesehatan. Komunikasi kesehatan dilakukan salah satunya sebagai bentuk promosi atau pemberi informasi tentang konsep-konsep baru mengenai kesehatan pada masyarakat. Liliweri (2007) menyebutkan komunikasi atau kampanye kesehatan merupakan salah satu bagian dari strategi komunikasi yang bertujuan untuk menyebarluaskan informasi kesehatan yang mampu memberi pengaruh pada individu dan

komunitas agar mereka mampu menetapkan keputusan berkaitan dengan pengelolaan kesehatan. Adityawan (2015) menyebutkan kampanye kesehatan selalu berkaitan dengan isu-isu yang spesifik (seperti kampanye anti aborsi, kampanye anti rokok, kampanye pemakaian kondom, kampanye jantung sehat dan lain sebagainya).

Tujuan kampanye dapat dikatakan berhasil atau tidak bisa dilihat dari apakah khalayak dapat memahami isi pesan atau tidak. Kampanye yang baik menurut venus (dalam Normawati dkk: 2018) ialah kampanye yang memiliki setidaknya empat syarat, antara lain yaitu:

1. Bertujuan menciptakan efek atau dampak tertentu pada masyarakat, sebelum menyusun sebuah perencanaan dalam berkampanye kita harus mengetahui terlebih dahulu efek apa yang ingin kita dapatkan dari kampanye tersebut agar perencanaan yang dibuat akan menghasilkan efek yang diharapkan.
2. Jumlah khalayak atau audiens yang besar, semakin tinggi atau besar jumlah audiens yang hadir akan semakin baik karena harapan untuk terwujudnya efek yang kita inginkan semakin tinggi.
3. Memiliki penyusunan jadwal atau target waktu tertentu, dalam proses kegiatan kampanye penentuan waktu sangatlah penting dan waktu bisanya menjadi sebuah permasalahan yang kerap ditemui oleh seorang PR
4. Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir. Semua harus disusun dan diatur sedemikian rupa mulai dari perencanaan strategi hingga evaluasi agar apa yang diharapkan dapat didapatkan.

Strategi komunikasi dalam kampanye bertujuan untuk memberikan pengetahuan, pengertian, pemahaman, kesadaran perubahan sikap, dan terkadang untuk pembentukan citra dari sebuah lembaga atau organisasi. Strategi merupakan sebuah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu, kegiatan komunikasi secara efektif yaitu komunikasi yang memikirkan bagaimana mengubah sikap, mengubah opini, dan juga mengubah perilaku, sehingga juga dapat terjalin hubungan yang baik antara pemberi informasi dan penerima informasi (komunikator dan komunikannya).

Ruslan (2008:91) dalam bukunya menyebutkan dan menjabarkan beberapa strategi yang dapat digunakan dalam proses pelaksanaan kegiatan kampanye, antara lain sebagai berikut :

a) Testimonial Device

Testimonial device atau mencari sebuah dukungan dari tokoh atau *public figure* yang terkenal hingga dapat dipercaya oleh khalayak untuk memperkuat produk atau pesan yang ingin disampaikan.

b) Card Stacking Device

Card stacking device adalah strategi berisikan fakta yang mendukung pendapat dari seseorang dengan menyampingkan fakta-fakta yang berlawanan meskipun hal tersebut benar.

c) Bandwagon device

Bandwagon device adalah strategi tertentu untuk menarik perhatian khalayak luas, sebagai contoh, ada satu kelompok yang sangat setuju, makan kelompok yang lain akan mengikuti karena terpengaruh.

3. Metodologi Penelitian

Dengan melakukan penelitian terhadap Kampanye program imunisasi MR yang dilakukan Dinas Kesehatan Kabupaten Lombok Timur, peneliti ingin menjabarkan metode penelitian kedalam tahapan-tahapan sebagai berikut:

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ini merupakan penelitian yang biasa dipergunakan untuk meneliti kehidupan masyarakat, sejarah, fungsional organisasi, tingkah laku, pergerakan-pergerakan sosial, dan hubungan kekerabatan dalam kekeluargaan (Ruslan: 2003).

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, yaitu peneliti menjabarkan dan menggambarkan secara langsung hasil dari temuan yang diteliti menggunakan text. Peneliti akan mendeskripsikan mengenai gambaran strategi yang dijalankan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mengkampanyekan program vaksin MR sesuai dengan fakta yang ada di

lapangan, hasil wawancara, serta observasi dan dokumentasi di lapangan. Sugiyono (2009) menyebutkan penelitian deskriptif merupakan penelitian yang digunakan untuk mengetahui kebenaran mandiri baik dari satu variabel atau lebih, tanpa membuat suatu perbandingan atau mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lainnya.

b. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan kurang lebih selama 6 bulan, terhitung mulai dari bulan September 2019 sampai dengan bulan Maret 2020. Penelitian ini dilakukan di kantor Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat. Tepatnya di Jalan Amir Hamzah No.103, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Selanjutnya untuk melengkapi data peneliti mengunjungi salah satu Puskesmas dan Sekolah yang berada di daerah Lombok Timur.

c. Narasumber/Informan Penelitian

Pada penelitian ini penetapan narasumber menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu dengan memilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu, sedangkan pertimbngan yang dimaksudkan berdasarkan tujuan penelitian (Yusi & Idris: 2009). narasumber yang dipilih ialah narasumber yang dianggap paling tahu tentang informasi yang dibutuhkan dalam tujuan penelitian, narasumber yang peneliti gunakan peneliti bagi menjadi dua kategori, yaitu narasumber pemberi manfaat (pegawai Dinas Kesehatan terkait) dan narasumber penerima manfaat (masyarakat yang mengikuti kegiatan kampanye imunisasi MR). Beberapa narasumber tersebut ialah Ibu Meta selaku seksi promosi Dinas kesehatan provinsi Nusa Tenggara Barat, Bapak Awaluddin S.Sos selaku staf SIKB (Surveiland Evidimiologi Imunisasi Kesehatan Bencana) di Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat. Narasumber pendukung data ialah bapak Lalu Saprudin S.KM selaku kepala Puskesmas Karang Baru, Ibu Siti Mahabbah selaku KASUBAG TU DIKPORA Kecamatan Selong, Ibu Ica dan Bapak Mahyun selaku masyarakat yang mengikuti kegiatan kampanye imunisasi MR.

d. Pengumpulan data

Teknik dalam pengumpulan data disesuaikan dengan jenis penelitian yang akan dilakukan, ini bertujuan untuk memudahkan proses dalam pengumpulan data agar nantinya dapat diperoleh data yang valid dan sesuai (dalam Moleong: 2005). Teknik yang peneliti gunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini sebagai berikut:

1) Observasi

Alwasilah C (dalam Satori & Komariah: 2010) menyebutkan observasi merupakan penelitian atau pengamatan sistematis dan terencana yang dilakukan agar memperoleh data yang dikontrol validitas dan reliabilitasnya. Pengamatan ini dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh sebuah data. Secara langsung yang dimaksudkan ialah terjun lapangan dan melibatkan seluruh panca indra, sedangkan secara tidak langsung adalah pengamatan yang dibantu oleh media visual/audiovisual. Observasi awal yang peneliti lakukan pada bulan Agustus 2019 yaitu dengan datang langsung ke Dinas Kesehatan Kabupaten Lombok Timur untuk menanyakan bagaimana jalannya program kampanye imunisasi MR di Lombok Timur. Observasi kedua peneliti memberikan surat pengantar dari UII kepada Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat untuk melakukan pengambilan data.

2) Wawancara

Wawancara dilakukan oleh dua belah pihak yang akan mencari dan memberikan informasi. Pada proses wawancara, hasilnya ditentukan dari beberapa faktor yang berinteraksi dan mempengaruhi arus penyampaian informasi, yaitu; pewawancara, responden, topic penelitian yang tertuang dalam daftar pertanyaan, dan situasi wawancara (Yusi & Idris: 2009). Wawancara peneliti lakukan bertempat di Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat, Puskesmas Karang Baru Aikmel, Sekolah Taman Kanak-Kanak Negeri Selong, Rumah Warga.

3) Studi pustaka

Pada penelitian ini peneliti memperoleh data-data mengenai struktur organisasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat serta fenomena-fenomena tentang vaksin yang ada di Nusa Tenggara Barat dan peneliti juga mendapat data-data melalui akun media sosial yang dimiliki oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat.

e. Analisis Data

Noeng Muhadjir (dalam Rijali Ahmad: 2018) menyebutkan analisis data adalah upaya menggali dan menata dengan cara yang sistematis catatan dari hasil observasi, wawancara, dan lainnya. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan pemahaman penelitian tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai hasil temuan bagi orang lain. Data kemudian dianalisis melalui tiga tahapan yang berjalan secara bersamaan, yaitu:

1) Reduksi data

Data awal yang didapat dilapangan masih berbentuk data kasar. Pada proses reduksi data dipilih dan dipilah mana bagian yang penting atau bagian yang kurang dibutuhkan, kemudian data yang telah diseleksi dikelompokkan mana saja yang sesuai dan dibutuhkan dalam penelitian. Dari proses reduksi inilah dapat didapatkan data yang lebih jelas.

2) Penyajian data

Pada proses ini data sudah mulai disajikan dalam bentuk narasi, kata-kata, gambar, maupun tabel-tabel yang menjelaskan fenomena-fenomena yang diteliti, karena penelitian ini merupakan penelitian kualitatif

3) Penarikan kesimpulan

Selanjutnya penarikan kesimpulan dari data-data yang telah disajikan.

BAB II

Deskripsi Lokasi Penelitian

A. Gambaran Umum Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat

Dinas Kesehatan hadir untuk Nusa Tenggara Barat yang lebih sehat. Dalam mewujudkan derajat kesehatan yang tinggi dibutuhkan partisipasi dari semua lapisan masyarakat yang tujuannya untuk meningkatkan kesadaran, kemauan dan kemampuan hidup sehat bagi seluruh masyarakat. Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat sebagai instansi yang dimiliki oleh pemerintah memiliki tujuan menaungi segala bentuk permasalahan kesehatan yang ada di daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat sebagai wujud implementasi publikasi informasi. Keberadaan Dinas ini diharapkan mampu berperan sebagai akses bagi masyarakat yang membutuhkan informasi kesehatan, dan dijadikan sebagai tolak ukur kinerja pembangunan kesehatan yang ada di daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat. Kantor Dinas Provinsi Nusa Tenggara Barat sendiri berlokasi di Jalan Amir Hamzah No.103, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat.

B. Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat menggunakan lambang BAKTI HUSADA sebagai logo

Gambar 2.1 Logo Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Arti dari lambang BAKTI HUSADA ini antara lain :

a. Makna palang hijau yang berada di dalam bunga wijaya kusuma dengan lima daun melambangkan pelayanan dan tujuan pembangunan kesehatan
b. Bunga wijaya kusuma yang ditopang oleh lima kelopak daun berwarna hijau mengartikan panca karya husada yang pada dasarnya merupakan penjabaran dari makna pembangunan kesehatan
c. Bunga wijaya kusuma dengan lima daun mahkota berwarna putih dan kelopak daun berwarna hijau memiliki makna sebagai lambing pengabdian luhur
d. Logo yang bertuliskan BAKTI HUSADA merupakan arti dari bentuk pengabdian upaya kesehatan yang paripurna
e. Bentuk garis bulat telur dimaknai sebagai kebulatan tekad, keselarasan dengan semua unsur yang ada di masyarakat.

C. Visi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara

Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat harus mampu mewujudkan Provinsi Nusa Tenggara Barat sebagai Provinsi yang memiliki keunggulan dalam derajat kesehatan. Agar hal tersebut terwujud Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat harus mampu memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat dan menjadikannya sebagai pusat layanan kesehatan yang bermutu. Dalam visi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dirumuskan sebagai berikut, ” Mewujudkan Masyarakat Nusa Tenggara Barat yang Mandiri untuk Hidup Bersih dan Sehat”.

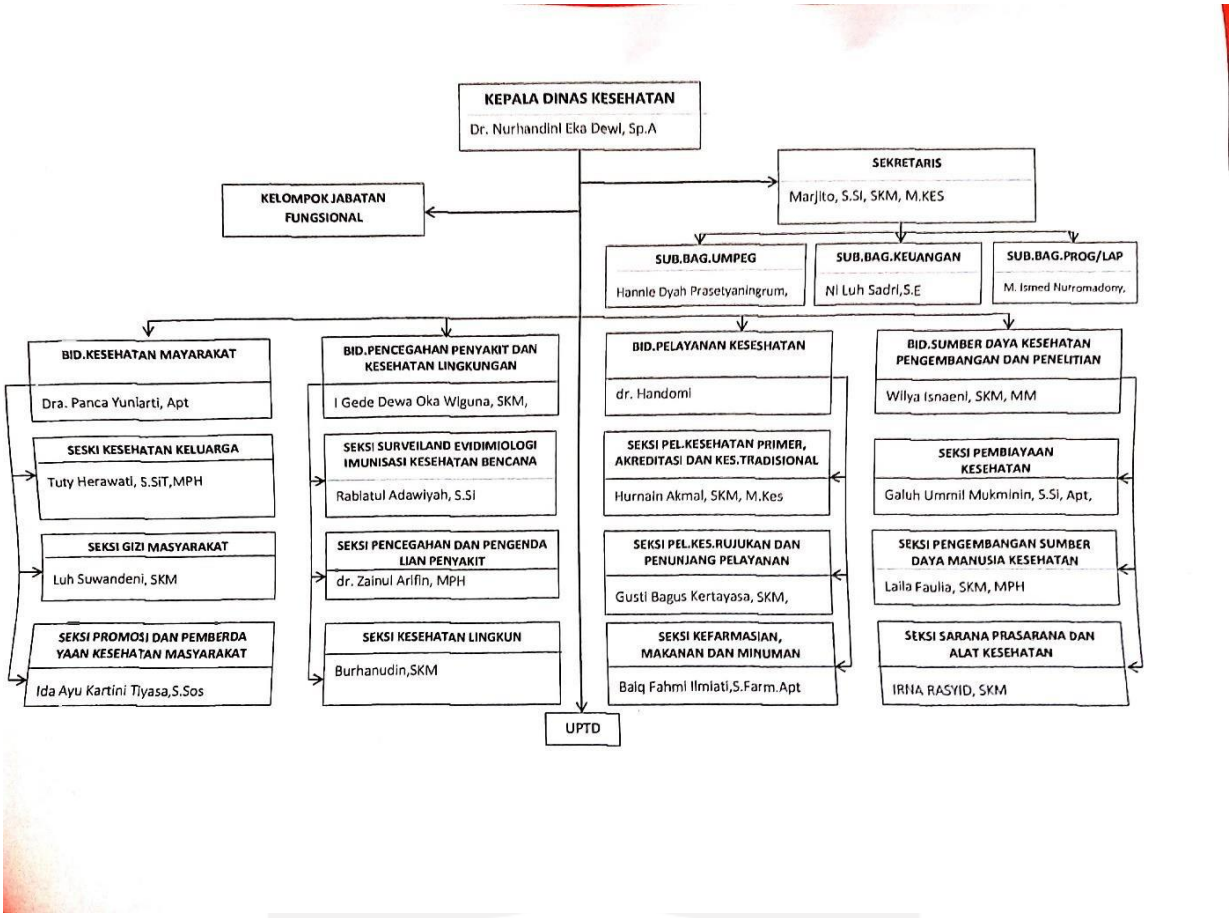
Visi tersebut memiliki makna sebagai berikut :

a. Masyarakat NTB : merupakan seluruh warga masyarakat yang hidup dan tinggal di wilayah Provinsi Nusa Tenggara Barat
b. Mandiri : yang dimaksud mandiri adalah masyarakat NTB yang mempunyai kemauan dan kemampuan serta kemandirian dalam mengakses upaya pelayanan kesehatan baik yang bersifat promotif, preventif, kuratif dan rehabilitatif.
c. Hidup Bersih dan Sehat : merupakan kondisi masyarakat NTB yang memiliki derajat kesehatan optimal yang hidup pada lingkungan yang berkualitas.

Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara memiliki misi mengenai upaya-upaya yang harus dilakukan untuk mencapai visi yang telah ditetapkan. Adapun misi yang telah ditetapkan sebagai berikut :

a. Meningkatkan kemampuan sumber daya manusia kesehatan dan kemandirian masyarakat dalam berperilaku hidup bersih dan sehat
b. Meningkatkan kemampuan masyarakat dalam pengendalian penyakit dan penyehatan lingkungan
c. Meningkatkan keadaan gizi dan derajat kesehatan
d. Meningkatkan keterjangkauan dan mutu pelayanan kesehatan.
e. Meningkatkan kualitas dan ketertiban pengelolaan sumber daya kesehatan.
f. Meningkatkan keterjangkauan dan mutu pelayanan laboratorium kesehatan masyarakat di Pulau Lombok
g. Meningkatkan keterjangkauan dan mutu pelayanan laboratorium kesehatan masyarakat di Pulau Sumbawa
h. Meningkatkan keterjangkauan dan mutu pelayanan kesehatan mata masyarakat
i. Meningkatkan keterjangkauan dan mutu pelayanan kesehatan rujukan yang sesuai standar di Pulau Sumbawa
j. Meningkatkan kemampuan dan keterampilan tenaga kesehatan yang profesional dan paripurna
k. Meningkatkan kemampuan dan keterampilan lulusan ahli madya keperawatan

D. Struktur Organisasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat



Tugas dan Fungsi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat

Struktur Organisasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat Berdasarkan Peraturan Gubernur Provinsi Nusa Tenggara Barat tahun 2016, Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas -Dinas Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat Sebagai berikut:

1. Seksi Promosi dan Pemberdayaan Kesehatan memiliki Tugas dan Fungsi sebagai berikut:

   Kepala Seksi Promosi Kesehatan memiliki tugas pokok menyiapkan bahan perumusan kebijaksanaan, koordinasi atau advokasi, bimbingan teknis, fasilitator dan

laporan kegiatan promosi kesehatan dan memberikan pemberdayaan kepada masyarakat serta usaha kesehatan sekolah.

Fungsi :

a. Menyiapkan sumber daya baik tenaga, sarana, dan prasarana serta dana untuk kegiatan seksi promosi kesehatan dan PSM serta usaha kesehatan sekolah
b. Menyiapkan bahan penyusunan pedoman promosi kesehatan dan pemberdayaan masyarakat serta usaha kesehatan sekolah
c. Menyiapkan pembagian tugas staf seksi promosi kesehatan dan PSM serta UKS
d. Penyiapan bahan bimbingan teknis dan fasilitasi kegiatan promosi kesehatan dan pemberdayaan masyarakat serta Usaha Kesehatan Sekolah.
e. Penyiapan bahan advokasi dan koordinasi kegiatan promosi kesehatan dan pemberdayaan masyarakat serta Usaha Kesehatan Sekolah.
f. Melaksanakan pemantauan dan evaluasi serta pelaporan kegiatan promosi kesehatan.
g. Pengkoordinasian tugas dan fungsi seksi promosi dan PSM dengan seksi lain di lingkup Dinas Kesehatan.
h. Perencanaan dan pelaksanaan kegiatan Lintas Sektor dan Lintas Program dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat bidang kesehatan.
i. Pelaksanaan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan.

2. Tugas Fungsi Seksi SIKB (Surveilans Epidemiologi Imunisasi dan Kesehatan Bencana) sebagai berikut:

Fungsi:

a. Mempersiapkan bahan atau materi, koordinasi, penyusunan kebijakan, pembinaan dan monitoring.
b. Mempersiapkan bahan rencana atau program dalam bidang koordinasi pelaksanaan tugas.
c. Melakukan evaluasi dan pelaporan tugas.

Tugas:

a. Mempersiapkan bahan kebijakan strategis pengendalian dan pembinaan kegiatan Surveilans, Imunisasi dan Kesehatan Bencana;

b. Mempersiapkan bahan dan melakukan kegiatan surveilans epidemiologi dan KLB, penyakit infeksi emerging, imunisasi termasuk pengelolaan cold chain, kesehatan bencana/penanggulangan KLB, surveilans pasca haji dan gangguan kecelakaan;

c. Mempersiapkan bahan usulan rencana kerja, rencana strategis, rencana penggunaan dana atau anggaran (RKA/DPA APBD, DIPA APBN) dalam kegiatan pelaksanaan Surveilans, Imunisasi dan Kesehatan Bencana;

d. Mempersiapkan usulan bahan laporan kinerja instansi pemerintah, LKPJ, LPPD, ILPPD dan laporan pelaksanaan giat SIKB (Surveilans Epidemiologi Imunisasi dan Kesehatan Bencana)

e. Mempersiapkan bahan dan melakukan kegiatan koordinasi, monitoring, serta evaluasi

f. Memberikan tugas dan melakukan penilaian terhadap kinerja bawahan

g. Melakukan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan bidang tugas dan fungsi.

BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Penulis telah melakukan pengambilan data di lapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara terhadap narasumber dan pengumpulan bahan dokumen. Pengambilan data tersebut terkait dengan pokok permasalahan yang diteliti pada penelitian ini yaitu strategi komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mengkampanyekan Vaksin MR dan faktor pendukung dan penghambatnya. Berikut ini adalah data identitas dari narasumber penelitian:

Tabel 3.1 Data Identitas Narasumber Penelitian

Nama	Jabatan
Adhe Meta Aruni S.KM	Staf seksi Promosi dan Pemberdayaan Kesehatan Masyarakat
Awaluddin S.Sos	Staf SIKB (Surveiland Evidimiologi Imunisasi Kesehatan Bencana)
Lalu Saprudin S.KM	Kepala Puskesmas Karang Baru
Siti Mahabbah	KASUBAG TU DIKPORA Kecamatan Selong
Ibu Ica	Ibu Siswi TK Pembina Selong
Bapak Mahyun	Warga Masyarakat/Orang tua balita di Lombok Timur

Sumber: Data Primer, 2019.

Hasil penelitian yang telah penulis lakukan, penulis uraikan dalam sub bab berikut ini

A. Kebijakan Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mengkampanyekan Vaksin MR

Dalam merencanakan kampanye imunisasi MR Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dilandaskan dengan adanya kebijakan tertulis baik dari pusat maupun daerah yang disebutkan dalam undang-undang peraturan presiden maupun peraturan gubernur. Hal tersebut sesuai dengan kutipan wawancara penulis sebagai berikut :

> "mulai dari kebijakan ya, memang ada penyakitnya juga dulu ada, kemudian ada rekomendasi WHO ya untuk imunisasi MR, lebih lengkapnya nanti di file ya, terus ada rekomendasi ITAG, kenapa kita laksanakan karena memang kasus ISVAnya tinggi, artinya dia kasusnya di atas 4% kalau ndak salah 6% saat itu kita temukan kasus di NTB, disamping itu kebijakan tadi." (Hasil wawancara dengan bapak Awaluddin, selaku pengelola program imunisasi)

Penyakit campak dan rubella (MR) adalah permasalahan tingkat internasional. Masalah inilah yang melatar belakangi dibentuknya sebuah kebijakan komunikasi terkait dengan kampanye imunisasi MR di setiap negara. Pada tahap ini, Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat tidak membuat kebijakan komunikasi tetapi Gubernur Nusa Tenggara Barat membuat surat edaran perihal permohonan dukungan kepada setiap kepala daerah kabupaten perihal pelaksanaan kampanye imunisasi MR bulan agustus hingga september 2018. Hal tersebut dilakukan untuk menindaklanjuti peraturan tentang imunisasi MR Nomor HK.01.07/MENKES/191/2017, kemudian Keputusan Menteri Kesehatan No HK.01.07/MENKES/45/2017 mengenai Pelaksanaan Kampanye dan Introduksi Imunisasi MR di Indonesia.

Dalam surat edaran Gubernur Nusa Tenggara Barat disebutkan agar dapat merencanakan dan melaksanakan langkah-langkah seperti melaksanakan sosialisasi, menggerakan dukungan lintas sektor, memobilisasi dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan imunisasi MR. hal ini sesuai dengan pernyataan Ugbojah dalam Jurnal Komunikasi (Aritonang:2011) tentang kebijakan komunikasi yang merupakan kumpulan prinsip-prinsip atau norma-norma yang sengaja dibuat untuk mengatur perilaku sistem komunikasi.

Fakta yang peneliti temui di lapangan ialah Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat tidak membuat kebijakan komunikasi tersendiri dalam pelaksanaan kampanye Imunisasi MR melainkan Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat mengadopsi kebijakan komunikasi dari Kementrian Kesehatan, selanjutnya dilakukan eksekusi atau implementasi terhadap poin-poin yang telah dibuat dalam buku petunjuk teknis-teknis pelaksanaan Imunisasi MR. Kebijakan komunikasi sangatlah penting dan berpengaruh terhadap perencanaan program kampanye imunisasi MR. Kebijakan dan perencanaan komunikasi merupakan dua hal yang saling berkaitan. Hubungan ini berpengaruh pada penetapan strategi komunikasi yang digunakan untuk memperlancar kegiatan kampanye imunisasi MR.

B. Perencanaan Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mengkampanyekan Vaksin MR

Dari hasil wawancara yang telah penulis lakukan dapat diketahui bahwa Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat melakukan beberapa tahapan perencanaan terlebih dahulu dalam rangka mengkampanyekan program imunisasi MR. Tahap perencanaan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Menganalisis Masalah

Permasalahan pertama yang menjadi **d**asar dilakukannya kampanye imunisasi MR oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat yaitu adanya kasus masyarakat yang terjangkit campak dan rubella Kemudian permasalahan kedua yaitu beredarnya berita yang mempermasalahkan kehalalan dari vaksin MR ini, Hal tersebut sesuai dengan kutipan wawancara penulis berikut:

> "jadi imunisasi ini terutama imunisasi rubella ini mendapatkan penolakan karena informasi di media bahwa media tanam dari vaksin ini adalah dari enzim babi."(Hasil wawancara dengan bapak Lalu Saprudin, selaku Kepala Puskesmas Karang Baru)

Menurut peneliti Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat cukup tanggap dalam menganalisis permasalahan yang ada di masyarakat sekitar. Dari permasalahan inilah Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat membuat

strategi kampanye untuk imunisasi MR yang diharapkan nantinya masyarakat mau ikut serta dalam program pemberian vaksin MR ini.

b. Penetapan Tujuan

Dalam sebuah perencanaan harus memiliki tujuan atau efek apa yang diharapkan oleh pelaksana terhadap target sasaran yang dituju. Dimana Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat mengadakan kampanye imunisasi MR ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat yang tadinya enggan mengikuti program menjadi mau untuk mengikuti program. Berikut kutipan wawancara penulis:

> "kita itu untuk memberikan kesehatan dan meningkatkan kekebalan anak-anak dilihat dari latar belakang permasalahan yang timbul." (Hasil wawancara dengan bapak Awalludin pengelola program imunisasi).

Dari kutipan wawancara tersebut kita dapat mengetahui mengapa kampanye imunisasi MR ini dilakukan dan untuk siapa kampanye ini ditujukan. Peneliti menganalisis kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat bertujuan untuk memberikan jaminan kesehatan memberikan edukasi kepada khalayak terkait banyaknya beredar berita bohong. Tujuan Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat ini sangat sesuai dengan permasalahan yang timbul. Dimana Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat menginginkan masyarakat sehat dan masyarakat memahami pentingnya pemberian imunisasi pada bayi, balita dan remaja.

c. Target Sasaran

Dalam pelaksanaan kampanye imunisasi MR ini Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat menentukan sasaran kampanye yang dilakukan, hal ini bertujuan agar pesan tersampaikan dengan benar kepada masyarakat yang membutuhkan edukasi. Berikut kutipan wawancara penulis:

> "ya yang tadi orang tua dari anak mulai dari 9 bulan hingga 15 tahun". (Hasil wawancara dengan bapak Awalludin selaku pengelola program, imunisasi)"

Dari kutipan tersebut dapat diketahui Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam menentukan target sasarannya memilih orang tua yang memiliki anak berusia bayi, balita hingga remaja, dimana seperti yang kita ketahui penyakit campak dan rubella ini menyerang anak-anak yang berusia kisaran bayi, balita dan remaja. Penetapan target sasaran dalam perencanaan komunikasi sangat penting, ini berfungsi untuk menentukan cara apa yang dapat digunakan dalam penyampaian pesan komunikasi setelah melihat siapa yang menjadi target sasarannya. Target sasaran yang dituju oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat ini berkisar 1.398.929 anak. Dari 10 Kabupaten yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Ini sesuai dengan data yang ada di Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat. **(Sasaran dan capaian imunisasi MR di Provinsi Nusa Tenggara Barat, terlampir).**

d. Penentuan Pesan

Pesan yang dibuat harus sesuai dengan tujuan yang diinginkan, dalam penyusunan pesan yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat seperti yang dikemukakan oleh Cangara (2017) Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat memberikan pesan menggunakan Teknik *one side issue* dimana Pesan yang disusun oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat hanya berkaitan kepada dampak apa yang timbul jika bayi balita atau remaja tidak diberikan vaksin MR. Berikut kutipan wawancara penulis dengan narasumber:

> "kita artinya hanya menyampaikan bahayanya jika anak tidak mendapatkan vaksin MR tadi." (wawancara dengan bapak Awalludin selaku pengelola imunisasi MR)"

Menurut peneliti yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam melakukan penyusunan pesan ini sudah tepat, dimana Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat menyusun menggunakan *one side issue* yang dimana tujuannya untuk memberikan ketenangan kepada masyarakat mengingat banyaknya kabar hoax tentang kandungan vaksin MR yang beredar di media social. Kemudian Dinas Provinsi Nusa Tenggara Barat menyampaikan pesan yang sifatnya persuasif edukatif dimana Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat memberikan

penyuluhan atau kampanye yang tujuannya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahaya penyakit campak dan rubella.

e. Alokasi waktu dan sumber daya

Untuk mencapai keberhasilan dalam program komunikasi penetapan waktu menjadi hal yang penting. dalam kampanye imunisasi MR yang dilakukan di Nusa Tenggara Barat diketahui bahwa waktu pelaksanaannya sudah ditetapkan dimana pada bulan agustus diperuntukkan bagi anak sekolah, sedangkan untuk umum dilakukan pada bulan september. Berikut kutipan wawancara penulis dengan narasumber:

> "Bulan agustus dan bulan september, di bulan agustus untuk anak sekolah, September untuk di luar anak sekolah" (wawancara dengan bapak Awalludin selaku pengelola program imunisasi)

. Hasil penelitian yang telah penulis lakukan dapat diketahui bahwa pelaksanaan kampanye imunisasi MR dilaksanakan pada bulan Agustus yang ditujukan untuk anak usia sekolah dengan pertimbangan hari BIAS (Bulan Imunisasi Anak Sekolah). Menurut peneliti penetapan waktu yang susun oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat bertujuan untuk efisiensi pelaksanaan imunisasi terutama bagi anak usia sekolah.

f. Taktik dan Strategi

Dalam pelaksanaan kampanye imunisasi MR yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat memerlukan strategi yang tepat untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Maka Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam melakukan kampanye imunisasi MR melakukan beberapa kegiatan seperti advokasi kepemimpinan daerah, advokasi ke Kanwil Agama Provinsi Nusa Tenggara Barat, advokasi ke Dinas Pendidikan, advokasi ke Ketua MUI Provinsi Nusa Tenggara Barat, Audiensi dengan ketua PKK, Dharma Wanita Provinsi Nusa Tenggara Barat, advokasi dan sosialisasi di tingkat kecamatan/Puskesmas, Grebek MR di beberapa Kabupaten. Dengan menjalin koordinasi dan hubungan yang baik dengan beberapa

pihak tersebut, peneliti menilai Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat akan lebih mudah dalam melaksanakan kegiatan kampanye imunisasi MR

Selain dari kegiatan tersebut Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat juga memanfaatkan media dalam pelaksanaan kampanye imunisasi MR, mengingat media memegang peranan penting pada saat ini. Dengan penyebaran pesan melalui beberapa media akan memperluas jangkauan pesan yang dituju. Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat menggunakan beberapa media seperti media cetak berupa, leaflet, brosur, spanduk, media elektronik, seperti televisi dan media sosial seperti yang kita ketahui pada masa ini media sangat memegang penuh kendali dalam sistem penyampaian informasi, beberapa media tersebut yaitu *youtube, website. WhatsApp dan facebook*.

g. Persiapan Anggaran Kampanye Vaksin MR

Hasil wawancara penulis dengan narasumber, dapat diketahui bahwa tahapan perencanaan dalam kampanye imunisasi MR di Provinsi Nusa Tenggara Barat juga terkait dengan persiapan anggaran. Anggaran tersebut diperoleh dari dana DPA pusat. Dana yang diperoleh kemudian dibagikan ke semua puskesmas di Lombok Timur yang disesuaikan dengan sasaran kampanye. Berikut adalah kutipan hasil wawancaranya:

> "pusat sudah memberikan untuk kampanye ini dalam bentuk anggaran APBN maupun APBD kalua di kabupaten itu APBD. Dana itu digunakan tadi saat advokasi, pelatihan petugas saat pelaksanaan" (Hasil wawancara dengan Bapak Awalludin, selaku pengelola program imunisasi)

Berdasarkan uraian tersebut di atas dapat diketahui bahwa terkait dengan anggaran kampanye imunisasi MR diperoleh dari dana pusat. Selanjutnya daerah tinggal membagikan dana tersebut sesuai dengan pos anggaran yang telah dibuat yang disalurkan ke seluruh puskesmas di Provinsi Nusa Tenggara Barat untuk keperluan operasional pelaksanaan kampanye vaksin MR.

h. Penetapan Tim Kerja

Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam pelaksanaan kampanye imunisasi MR mendasarkan pada tugas berdasarkan pada Keputusan Gubernur Nusa Tenggara Barat tentang Pembentukan Kelompok Kerja Kampanye dan Introduksi Imunisasi Measles Rubella Tahun 2018. Pertimbangan dibuatnya Keputusan Gubernur tersebut adalah dalam rangka adanya komitmen Indonesia untuk mencapai eliminasi penyakit campak dan pengendalian penyakit rubella/kecacatan bawaan akibat rubella tahun 2020. Oleh karena itu perlu melakukan berbagai strategi berupa rangkaian kegiatan penyelenggaraan imunisasi dengan dukungan dan kerjasama dari lintas program, lintas sektor, para pakar/ahli, organisasi profesi dan masyarakat melalui pembentukan kelompok kerja kampanye dan introduksi imunisasi Measles Rubella (MR) di Provinsi Nusa Tenggara Barat. **(Keputusan Gubernur terlampir di bagian Lampiran)** berikut hasil wawancara penulis dengan narasumber:

> "Kalau itukan pelaksanaan kampanye ini membentuk tim berdasarkan surat gubernur atau SK gubernur" (Hasil wawancara dengan bapak Awalludin selaku pengelola program imunisasi)"

Menurut peneliti, sebaiknya Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat perlu memperhatikan pembentukan tim kerja dalam pelaksanaan kampanye imunisasi MR. Tim kerja dalam pelaksanaan kampanye menjadi hal yang penting begitu juga untuk kriteria dalam tim kerja tersebut. Oleh karena itu pembagian tugas dalam tim kerja harus disesuaikan dengan bidang masing-masing maka dari itu diperlukanlah orang-orang yang handal dan kompeten untuk mampu memahami apa saja yang harus dilakukan dalam melaksanakan kegiatan komunikasi. Antar tim kerja juga saling bekerjasama, melakukan koordinasi dengan tim kerja lain

i. Evaluasi kampanye Vaksin MR yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat

Program kampanye imunisasi MR yang telah terselenggara di wilayah Provinsi Nusa Tenggara Barat tidak terlepas dari adanya dukungan dan juga ada hambatan yang menyertai pelaksanaannya di lapangan. Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat melakukan upaya evaluasi dengan koordinasi antar stakeholder melalui rapat evaluasi kampanye vaksin MR yang diselenggarakan pada tanggal 10

Desember 2018. Evaluasi ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui tingkat keberhasilan program kampanye yang telah dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Lombok Timur. Hal ini sesuai dengan evaluasi yang dikemukakan oleh Cangara (2013) yaitu dinas Kesehatan Provinsi Nusa tenggara barat melakukan evaluasi untuk mengkoreksi dan bahkan meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya.

Berikut adalah dokumentasi dari rapat evaluasi yang diadakan di salah satu Kabupaten di NTB :



Gambar 3.1 Rapat Evaluasi Kampanye Vaksin MR

oleh Dinas Kesehatan Lombok Timur

Sumber: Data Dokumentasi Peneliti

Pada saat rapat evaluasi berlangsung juga dilaksanakan pemberian penghargaan kepada kader yang berprestasi. Harapannya adalah memberikan penghargaan atas pengabdian yang telah dilakukan serta keberhasilan yang telah didapat dalam melaksanakan pekerjaan dan juga memberikan motivasi kepada kader yang lain untuk meningkatkan kinerjanya para petugas Dinas Kesehatan Kabupaten Lombok Timur dalam menjalankan tugas di lapangan

C. Strategi Komunikasi yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam Mengkampanyekan Imunisasi MR

Dari hasil penelitian penulis di lapangan dapat diketahui bahwa Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat telah melaksanakan strategi komunikasi dalam kampanye imunisasi MR. Suryadi (2018) menyebutkan bahwa strategi komunikasi adalah "suatu sistem yang praktis dan suatu yang sentral dalam keberhasilan sebuah proses komunikasi". Lebih lanjut Suryadi (2018) menyebutkan bahwa:

> "Strategi komunikasi merupakan sebuah perencanaan sistematis yang berisi tentang apa saja yang seharusnya dilakukan yang berkaitan dengan aktivitas komunikasi untuk mencapai tujuan, cara apa saja yang dapat digunakan sehingga tujuan tersebut dapat tercapai, untuk siapa perencanaan itu ditujukan, menggunakan peralatan apa saja dan dalam jangka waktu berapa lama tujuan itu dapat dicapai sampai dengan pengaruh dari pesan yang disampaikan".

Dari pengertian tersebut di atas dapat dapat diketahui bahwa dalam pelaksanaan suatu strategi komunikasi membutuhkan perencanaan, aktivitas atau cara yang dilakukan, target atau siapa yang dituju dan media apa yang dipergunakan serta jangka waktu yang dibutuhkan sehingga pesan dapat tersampaikan kepada target yang telah ditetapkan. Berikut beberapa strategi yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mengkampanyekan imunisasi MR:

a. Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat melakukan koordinasi dengan *stakeholder* terkait

Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat mengundang beberapa instansi lintas sektor dalam pertemuan advokasi dan sosialisasi vaksin MR. Instansi yang diundang diantaranya adalah Dinas Kesehatan Kabupaten yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Barat, Kementerian Agama, DIKNAS, dan DIKBUD. Pertemuan tersebut dilaksanakan di Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat. Berikut kutipan hasil wawancara penulis:

> "Sesuai dengan instruksi gubernur atau bupati, kita melakukan pertemuan, contoh di Provinsi kita mengundang orang kabupaten, kementerian agama, diknas dikbud kita mengundang. Mulai dari advokasi, sosialisasi dengan tokoh agama, tokoh masyarakat, di puskesmas dan kabupaten juga seperti itu, mereka mengundang lintas sektor lintas program" (Hasil wawancara dengan bapak Awalludin, selaku pengelola program imunisasi)

Pertemuan lebih lanjut juga dilaksanakan di tingkat puskesmas. Pertemuan tersebut membahas sosialisasi pelaksanaan imunisasi MR. Pihak yang diundang dalam sosialisasi tersebut diantaranya adalah guru sekolah, UPTD, UPTD Diknas, KB TNI dan Polri di tingkat kecamatan. Pertemuan lintas sektor untuk sosialisasi imunisasi MR dilaksanakan juga di tingkat kader yang diikuti oleh Kepala Desa. Pihak Dinas Kesehatan Kabupaten Lombok Timur juga melakukan pertemuan untuk penguatan kapasitas bagi petugas untuk persiapan dalam kampanye imunisasi MR. Hal ini sesuai dengan kutipan hasil wawancara penulis berikut:

> "kami puskesmas karang baru ini membentuk tim yang dinamakan tim koordinasi kecamatan yang diketuai oleh camat itu sendiri. Lalu melibatkan musfika kecamatan yaitu dari koramil, kapolsek, KUA, UPTD-UPTD, dan KB," (Hasil wawancara dengan bapak Lalu Saprudin, selaku Kepala Puskesmas Karang Baru)

Setelah adanya rapat koordinasi kampanye imunisasi MR yang dilaksanakan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat tersebut, rapat koordinasi lanjutan dilaksanakan di tingkat Kabupaten kemudian di tingkat Kecamatan sebagai tindak lanjut dari rapat di tingkat Provinsi. Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan perwakilan UPTD Kecamatan Selong Lombok Timur. Dari hasil wawancara yang telah penulis lakukan dapat diketahui bahwa rapat koordinasi yang dilakukan oleh pihak kecamatan dikarenakan sebelumnya target yang ditetapkan tidak sesuai dengan harapan. Rapat koordinasi di tingkat kecamatan tersebut mengundang Kepala Sekolah dari mulai tingkat TK, SD dan SMP, ketua komite sekolah se Kecamatan Selong. Hal ini sesuai dengan kutipan wawancara berikut:

> "Karena belum bisa tercapainya target yang mereka inginkan, akhirnya kami di lingkup kecamatan kemarin itu, melakukan rapat koordinasi, dengan mengundang kepala-kepala sekolah tingkat SD, SMP dan TK. Disamping kami mengundang semua kepala sekolah waktu itu, kami juga mengundang ketua komite masing-masing sekolah se kecamatan Selong" (Hasil wawancara dengan Ibu Siti Mahabbah selaku Kasubag TU UPTD Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kecamatan Selong)

Hal-hal pokok yang dibahas dalam rapat adalah terkait dengan target imunisasi sehingga target dapat tercapai. Oleh karena itu dilakukan koordinasi untuk

penyampaian informasi terutama kepada Kepala Sekolah agar menyampaikan kembali informasi vaksin MR kepada orang tua murid.

> "Setelah kami mengadakan rapat, di dalam rapat yang kami lakukan itu kami membahas bagaimana target untuk imunisasi itu bisa terlaksana bisa tercapai, maka penyampaianya kami berikan ke kepala sekolah untuk memberikan informasi kepada orang tua murid, tentang betapa pentingnya imunisasi MR ini supaya mereka bisa menerimanya, setelah pengadaan rapat tersebut, itu kembali kepada komite-komite sekolah sama kepala sekolahlah yang menyampaikan informasi ini kepada orang tua wali murid" (Hasil wawancara dengan Ibu Siti Mahabbah selaku Kasubag TU UPTD Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kecamatan Selong)

Rapat koordinasi di tingkat kecamatan tersebut dilaksanakan di seluruh kecamatan se-Provinsi Nusa Tenggara Barat. Begitu juga yang dilakukan di Kecamatan Karang Baru yang melakukan rapat koordinasi kampanye imunisasi MR di tingkat kecamatan. Berikut ini adalah gambar foto suasana pada saat rapat koordinasi vaksin MR yang dilakukan di tingkat kecamatan. Rapat dilaksanakan pada 5 November 2018 di Puskesmas Karang Baru, Lombok Timur.



Gambar 3.2 Rapat Koordinasi Kampanye Vaksin MR Tingkat Kecamatan

Sumber: Data Dokumentasi Peneliti.

Dari hasil penelitian penulis di lapangan dapat diketahui bahwa Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat telah melaksanakan strategi komunikasi

dalam kampanye imunisasi MR. Sosialisasi atau koordinasi yang dilakukan baik di tingkat Provinsi hingga tingkat Kecamatan bertujuan untuk menyatukan bahasa antara semua lapisan masyarakat demi mendukung program imunisasi MR, karena bagaimanapun penanganan wabah campak dan rubella ini bukan hanya pekerjaan pemerintah melainkan diperlukan juga dukungan dari semua pihak lintas program dan lintas sektor.

b. Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat Mengadakan Pelatihan Petugas Kesehatan dalam Rangka Kampanye Imunisasi MR

Dalam rangka mendukung suksesnya kegiatan kampanye imunisasi MR di wilayah Provinsi Nusa Tenggara Barat Dinas Kesehatan mengadakan kegiatan pelatihan bagi petugas kesehatan yang akan melaksanakan kampanye imunisasi MR. Hal ini sesuai dengan kutipan wawancara berikut:

> "Ya memang ada, kita berikan pelatihan cara memberikan vaksin tersebut" (Hasil wawancara dengan bapak Awalludin selaku pengelola program imunisasi)"

Dari hasil wawancara tersebut peneliti menganalisis bahwa Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam melakukan kampanye imunisasi MR memiliki strategi dan perencanaan yang matang. Dimana Dinas Kesehatan Nusa Tenggara Barat berupaya secara maksimal untuk mendukung rangkaian program dan komitmen pemerintah dalam meningkatkan kualitas pelayanan imunisasi dengan mengadakan pelatihan petugas kesehatan yang nantinya petugas-petugas kesehatan yang telah mendapat pelatihan diharapkan dapat tanggap dan kompeten dalam pelaksanaan kegiatan komunikasi yaitu kampanye imunisasi MR. Kegiatan pelatihan petugas yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat ini melibatkan seluruh petugas promosi kesehatan yang berada di 10 kabupaten yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Barat, kemudian Juru imunisasi (JURIM), dan lintas sektor di Tingkat Provinsi. Narasumber atau pemberi pelatihan ialah petugas dari Kementerian Kesehatan RI, Komnas Kejadian Ikutan Pasca Imunisasi (KIPI), Konsultan UNICEF serta Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Berikut dokumentasi foto kegiatan pelatihan petugas kesehatan :



Gambar 3.3 Kegiatan Pelatihan Petugas Kesehatan

Sumber: Dokumentasi Peneliti

c. Kader Promosi Kesehatan Mendatangi Masyarakat Secara Langsung

Pelaksanaan kampanye imunisasi MR yang ditujukan kepada masyarakat dilaksanakan oleh kader kesehatan yang mendatangi tiap desa untuk bertemu langsung dengan masyarakat. Salah satu kegiatan kampanye yang dilaksanakan di Desa Lenek, Lombok Timur pada tanggal 9 November 2018, petugas kader kesehatan menyampaikan informasi terkait dengan vaksin MR. Strategi mendatangi langsung masyarakat ini juga dilakukan karena adanya dampak dari gempa yang mengguncang Lombok pada bulan juli 2018 yang dampaknya mengakibatkan waktu pelaksanaan kampanye diundur dan bahkan di beberapa tempat yang dampaknya cukup terlihat petugas kesehatan mendatangi langsung lokasi dimana warga mengungsi, mengingat banyaknya fasilitas umum seperti rumah sakit, puskesmas, dan yang lainnya hancur.

Berikut adalah dokumentasi dari kegiatan kampanye tersebut:



Gambar 3.4 Kegiatan Kampanye Vaksin MR di Desa Lenek, Lombok Timur

Sumber: Data Dokumentasi Peneliti

Menurut penulis, dengan terjunnya kader promosi kesehatan ke masyarakat maka program pemerintah dapat diketahui secara langsung oleh masyarakat karena masyarakat mendengar langsung melalui kader. Tatap muka secara langsung menimbulkan interaksi yang interaktif sehingga bagi masyarakat yang ingin bertanya, belum jelas dapat bertanya kepada petugas secara langsung. Tatap muka ini mempermudah kader untuk mengetahui hambatan apa yang terjadi di lapangan, mengetahui bagaimana tanggapan/respon masyarakat mengenai imunisasi MR.

d. Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat menggunakan strategi *Testimonial Device*

Dalam pelaksanaan kegiatan kampanye imunisasi MR Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat melakukan strategi *testimonial device.* Hal tersebut sesuai dengan teori strategi kampanye yang dikemukakan Ruslan (2008) yaitu mencari dukungan dari tokoh atau *public figure* yang terkenal sehingga dapat dipercayai oleh

khalayak untuk memperkuat produk atau pesan yang ingin disampaikan. Berikut wawancara penulis dengan narasumber :

> "Kita meminta bantuan dari dai-dai kesehatan untuk membantu memberikan penyuluhan, terutama tokoh masyarakat tokoh agama, aparatur desa untuk membantu memberikan penyuluhan itulah upaya-upaya yang dilakukan dinas kesehatan. (Hasil wawancara dengan bapak Awalludin selaku pengelola program imunisasi)"

Penulis menilai bahwa Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat melakukan strategi yang tepat dimana Dinas Kesehatan memilih orang-orang yang tepat dan dapat dipercaya oleh masyarakat untuk membantu proses kegiatan kampanye kesehatan imunisasi MR yang diharapkan dapat mampu membawa perubahan kepada masyarakat yang dituju.

e. Penggunaan Media Kampanye yang beragam

Dalam melakukan kampanye imunisasi MR Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat menggunakan beberapa media untuk menyampaikan informasi. Berikut ini adalah beberapa media kampanye yang digunakan untuk kampanye vaksin MR di Provinsi Nusa Tenggara Barat:

a) Spanduk, Leaflet, Baliho dan Banner

Media kampanye imunisasi MR diantaranya adalah menggunakan media spanduk yang dipasang di tempat umum dan strategis juga dipasang di posyandu sehingga masyarakat bisa dengan mudah mendapat atau melihat informasi tentang vaksin MR. Pihak Dinas Kesehatan juga menyediakan pamflet, eks banner yang dipasang di puskesmas. Isi pesan dari spanduk, leaflet, baliho, dan banner ialah himbauan kepada masyarakat tentang bahaya penyakit menular campak dan rubella serta informasi tentang jadwal pemberian vaksin MR. Hal ini sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut:

> "kita gunakan media-media seperti banner, spanduk, baliho. radio, kita juga ada tv spot (tv local) waktu itu, kita menggunakan running text." (Hasil wawancara dengan Ibu Meta, selaku Staf Bagian Promosi Kesehatan)

Berikut ini adalah contoh spanduk kampanye vaksin MR yang dipasang di dinding puskesmas di wilayah Lombok Timur:



Gambar 3.5 Spanduk Kampanye Imunisasi MR

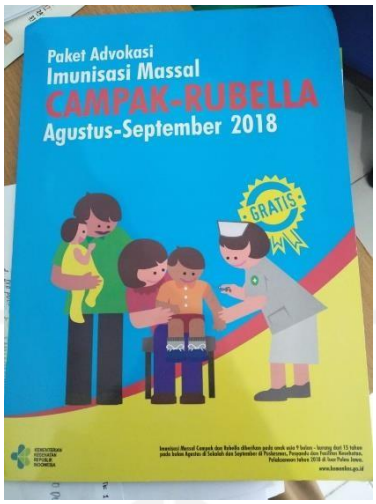
Sumber: Data Dokumentasi Peneliti.

Media kampanye juga menggunakan baliho yang memuat informasi penting tentang imunisasi rubella. Media berupa spanduk yang dipasang ditempat strategis dan pamflet serta eks banner yang dipasang di puskesmas merupakan media kampanye yang masuk dalam kategori media *offline*. Media media ini sangatlah mudah dan murah, masyarakat tidak memerlukan alat atau jaringan untuk mengakses sebuah informasi, melainkan dapat dilihat langsung.

b) Buku Advokasi Imunisasi Massal Campak Rubella

Informasi seputar imunisasi MR juga disampaikan dalam bentuk buku yang berisikan berbagai informasi seperti dampak dari penyakit campak rubella, bagaimana pencegahan terhadap penyakit campak dan rubella tersebut, sekilas tentang imunisasi MR, keamanan dari imunisasi, serta manfaat yang diperoleh setelah melakukan imunisasi MR. Buku ini dibagikan secara gratis kepada masyarakat yang dapat diperoleh di puskesmas, posyandu.

Berikut adalah gambar dari buku advokasi imunisasi massal campak dan rubella.



Gambar 3.6 Buku Advokasi Imunisasi Massal Campak Rubella

Sumber: Data Dokumentasi Peneliti

Menurut peneliti, dengan adanya buku advokasi imunisasi MR ini Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat memudahkan masyarakat mendapat dan memahami dampak atau bahaya penyakit campak dan rubella tersebut yang tujuannya memberikan kesadaran kepada masyarakat bahwa pemberian vaksin MR sangatlah penting.

c) Media Sosial Facebook

Saat ini perkembangan media semakin pesat, hal ini memudahkan masyarakat dalam kegiatan bertukar informasi. Salah satu media yang dapat digunakan untuk bertukar informasi ialah media sosial *facebook*. Dalam jejaring *facebook* telah disediakan fasilitas untuk berbagi informasi dan dapat langsung melihat *feedback* dari informasi tersebut melalui halaman komentar. Dari hasil wawancara yang telah penulis lakukan dengan Kepala Puskesmas Karang Baru Lombok Timur dapat diketahui bahwa untuk menyampaikan pesan kampanye vaksin MR juga menggunakan media sosial Facebook. Akun Facebook yang menyampaikan pesan kampanye tersebut diantaranya akun "Forum Da'i Kesehatan Lombok Timur" yang merupakan

akun Facebook yang merupakan grup kumpulan informasi yang berisi informasi kesehatan di Lombok Timur. Berikut adalah foto dari informasi yang disampaikan melalui akun FB tersebut:



Gambar 3.7 Informasi Kegiatan Sosialisasi Kesehatan dan Imunisasi Rubella oleh Forum Da'i Kesehatan Lombok Timur

Sumber: Facebook

Informasi yang diberikan seperti dampak dari pemberian imunisasi MR yang kemungkinan terjadi yaitu bengkak, panas pada anak. Hal ini dilakukan untuk memberikan informasi lebih awal kepada orang tua yang anaknya akan diimunisasi sehingga dapat mengantisipasi lebih awal seperti penyediaan obat penurun panas jika anaknya demam nantinya setelah di imunisasi.

d) Group What's App (WA)

Sama halnya dengan sosial media *facebook*, What's App juga memberikan kemudahan dalam kegiatan penyebarluasan informasi namun skalanya lebih kecil karena What'sApp lebih bersifat privasi. Program imunisasi vaksin MR yang diselenggarakan di Provinsi Nusa Tenggara Barat untuk juga

menggunakan media kampanye berupa Grup Whatsapp (WA). Grup Whatsapp (WA) anggotanya yaitu kader kesehatan, tokoh masyarakat dan ibu-ibu warga masyarakat. Oleh karena itu pesan atau informasi penting mengenai imunisasi vaksin MR juga disampaikan melalui grup WA tersebut. Adanya Grup WA juga memudahkan untuk saling koordinasi. Grup WA tersebut juga memudahkan bagi warga masyarakat yang ingin menyampaikan keluhan terkait dengan pelaksanaan vaksin MR. Apabila ada informasi yang berkembang di masyarakat yang sekiranya tidak tepat seperti yang dihadapi masyarakat Provinsi Nusa Tenggara Barat adanya hoax yang tersebar bahwa vaksin MR mengandung enzim babi sehingga haram, maka melalui Grup WA ini penjelasan terkait dengan informasi hoax tersebut disampaikan sehingga dapat diteruskan kepada masyarakat luas. Hal ini sesuai dengan kutipan wawancara berikut:

> "Puskesmas itu punya grup di social media, lalu misalnya ya di program imunisasi punya grup dia, grup WA, karena ada namanya KIPI, kalau di imunisasi itu, ada dampak dari imunisasi itu, misalnya ada bengkak setelah imunisasi, ada panas setelah imunisasi, jadi itu menangani keluhan, jadi ibu-ibu mengeluhnya via Whatsapp, via medsos, puskesmas itu punya grup untuk mengatasi hoax-hoax yang berkembang, medsos kita hadapi dengan medsos"(Hasil wawancara dengan Bapak Lalu Saprudin selaku Kepala Puskesmas Karang Baru).

Pihak puskesmas mewajibkan bagi kader, pegawai kesehatan untuk menyebarluaskan informasi yang benar mengenai vaksin MR melalui grup-grup WA yang dimiliki. Oleh karena itu informasi cepat menyebar. Menurut peneliti penggunaan WhatsApp juga memudahkan masyarakat bertukar informasi bahkan dapat langsung berkonsultasi dengan petugas atau kader kesehatan. Isi pesan yang disampaikan bahwa informasi yang beredar adalah tidak benar (hoax) sehingga diharapkan warga masyarakat tidak mempercayainya.

d) Youtube

Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat juga memanfaatkan media sosial youtube sebagai alat untuk penyebarluasan informasi, youtub

sendiri merupakan situs yang digunakan untuk membagikan sebuah video Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat membagikan sebuah video yang berdurasi kurang lebih 55 detik. Pada video tersebut Dr. Hj. Sitti Rohmi Djalilah selaku wakil Gubernur Provinsi Nusa Tenggara Barat mengajak seluruh lapisan masyarakat untuk melindungi putra putri mereka dari bahaya penyakit campak dan rubella dengan cara memberikan imunisasi MR. Pesan yang diberikan melalui video oleh Wakil Gubernur Nusa Tenggara Barat tersebut adalah bahaya yang mungkin terjadi jika anak-anak tidak diberikan vaksin MR.



Gambar 3.8 Kegiatan Sosialisasi Kesehatan dan Imunisasi Rubella melalui Video di Youtube

Sumber: Youtube

Menurut penulis pemilihan Wakil Gubernur Provinsi Nusa Tenggara Barat Ibu Dr.Hj.Sitti Rohmi Djalila sebagai pembicara dalam video tersebut dapat dikatakan sudah tepat. Sebagai seorang pemimpin Wakil Gubernur memiliki kredibilitas yang tinggi dan power yang kuat. Hal ini menjadi salah satu penentu keberhasilan kegiatan kampanye imunisasi MR yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat.

e) Website

Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam menyampaikan atau berbagi informasi tentang imunisasi MR juga melalui website, dimana pada halaman website dituliskan pentingnya masyarakat mengetahui atau memahami bahaya dari penyakit menular campak dan rubella, disebutkan mulai dari dampak hingga solusi untuk mengatasi infeksi penyakit tersebut.



Gambar 3.9 Kegiatan Sosialisasi Kesehatan dan Imunisasi Rubella melalui Website

Sumber: Website Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat

Berdasarkan uraian tersebut di atas dapat diketahui bahwa terkait dengan media yang dipergunakan untuk kampanye vaksin MR ada baliho yang dipasang di titik-titik strategis dan keramaian di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Media kampanye yang dipasang di puskesmas sendiri ada spanduk, leaflet dan banner. Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat juga menggunakan beberapa media sosial sebagai media kampanye. Beberapa televisi lokal juga menampilkan *running text* yang berisi informasi tentang imunisasi campak dan rubella. Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat juga membagikan buku advokasi imunisasi massal campak dan rubella yang dapat diperoleh secara gratis di puskesmas atau posyandu.

D. Tanggapan Masyarakat Provinsi Nusa Tenggara Barat

Kampanye imunisasi MR yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat tersebut dapat peneliti analisis berdasarkan syarat dalam kampanye yang baik. Menurut Venus (dalam Normawati dkk: 2018) dapat diketahui bahwa kampanye yang baik memiliki setidaknya empat syarat, antara lain yaitu:

a. Kampanye bertujuan menciptakan efek atau dampak tertentu pada masyarakat. Pada pelaksanaan kampanye imunisasi MR di Provinsi Nusa Tenggara Barat kampanye mempunyai tujuan agar masyarakat yang menjadi target sasaran menjadi teredukasi mengenai pentingnya vaksin MR bagi kesehatan anak dan remaja. Edukasi yang tepat tersebut diharapkan mampu mengubah perilaku dari masyarakat untuk ikut serta dalam program vaksin MR. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dinyatakan oleh Ruslan (2008: 91) yang menyatakan bahwa komunikasi secara efektif yaitu komunikasi yang memikirkan bagaimana mengubah sikap, mengubah opini, dan juga mengubah perilaku. Oleh karena itu kampanye yang baik dan berhasil jika mampu untuk mengubah perilaku masyarakat.

b. Kampanye yang baik memiliki jumlah khalayak atau audiens yang besar, semakin tinggi atau besar jumlah audiens yang hadir akan semakin baik karena harapan untuk terwujudnya efek yang diinginkan semakin tinggi. Kampanye imunisasi MR yang dilaksanakan di Provinsi Nusa Tenggara Barat mempunyai jangkauan khalayak yang luas yaitu 10 Kabupaten kota yang ada di wilayah Nusa Tenggara Barat.

c. Kampanye memiliki penyusunan jadwal atau target waktu tertentu. Pada pelaksanaan kampanye vaksin MR di Provinsi Nusa Tenggara Barat terdapat jadwal yang jelas dalam pelaksanaan kampanye yang dilaksanakan pada tahun 2018.

d. Kampanye yang baik dilaksanakan dengan serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir yang disusun dan diatur sedemikian rupa mulai dari perencanaan hingga evaluasi agar apa yang diharapkan dapat tercapai. Seperti halnya dalam pelaksanaan kampanye imunisasi MR di Provinsi Nusa Tenggara Barat dilakukan mulai dari tahap perencanaan, organisasi, bahkan sampai dengan tahap evaluasi dilakukan.

Penulis melakukan wawancara dengan masyarakat di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Diantaranya adalah salah satu orang tua murid yang bersekolah di salah satu PAUD di Lombok Timur. Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa orangtua wali

murid telah menerima informasi terkait dengan akan diberikannya imunisasi MR pada murid usia balita. Dari pihak sekolah mengirimkan surat undangan untuk sosialisasi imunisasi MR kepada murid usia balita. Hal yang disampaikan adalah mengenai apa itu imunisasi MR, dampaknya dan teknis pemberian vaksin tersebut. Sebagai orang tua menyambut baik adanya imunisasi vaksin MR tersebut akan tetapi terdapat kekhawatiran karena adanya berita di televisi bahwa vaksin MR mengandung hewan babi sehingga takut jika terjadi hal yang tidak diinginkan pada anak. Berikut kutipan wawancaranya:

> "Dulu waktu ini, apa namanya, imunisasi kita dikirimi surat dari sekolah, kaya undangan kumpul wali murid kaya gitu kaya sosialisasi tentang imunisasi, apa dampaknya, bagaimana cara imunisasi yang baik, kaya gitu-gitu. Kan seperti yang di televisi, di berita-berita itu banyak yang bilang vaksin itu ada virusnya, ada hewan-hewannya kayak babi, jadinya saya sebagai orang tua itu takut" (Hasil wawancara dengan Ibu Ica, orang tua siswa PAUD di Lombok Timur)

Setelah adanya imunisasi yang diberikan oleh pihak sekolah yang disampaikan langsung oleh Kepala Sekolah, narasumber selaku orang tua siswa PAUD menjadi yakin akan manfaat yang akan diperoleh bagi kesehatan jika anaknya diberikan imunisasi vaksin MR. Orangtua juga mempunyai keyakinan bahwa vaksin MR aman juga karena diberikan langsung di sekolah dengan tenaga kesehatan dari Dinas Kesehatan setempat. Berikut adalah kutipan wawancara penulis:

> "Kalau ndak salah waktu itu kepala sekolah TK Negeri ini sih mba. Iya sih soalnya kita dikasih tau imunisasi yang baik kaya gimana, harus gimana, dampaknya kaya gimana, trus mungkin kalau imunisasi yang disekolahkan sudah terjamin dari pemerintahnya sendiri, jadinya gak takut lagi kalau dari sekolah" (Hasil wawancara dengan Ibu Ica, orang tua siswa PAUD di Lombok Timur)

Keterangan narasumber tersebut sejalan dengan perkataan bapak Awalludin selaku pengelola program imunisasi Provinsi Nusa Tenggara Barat yang menyebutkan bahwa kampanye yang dilakukan di setiap sekolah dilakukan oleh guru-guru yang ada di sekolah tersebut sebagai komunikator yang menyampaikan pesan kampanye.

Dalam kampanye kesehatan yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat sesuai dengan yang diungkapkan Liliweri (2007) yang menyebutkan komunikasi atau kampanye kesehatan merupakan bagian dari strategi komunikasi yang bertujuan untuk menyebarluaskan informasi kesehatan yang mampu memberi pengaruh pada individu dan komunitas agar mereka mampu menetapkan keputusan berkaitan dengan pengelolaan kesehatan. Dinas Kesehatan bertujuan untuk memberikan informasi

tentang bahaya jika masyarakat tidak melakukan atau memberikan imunisasi MR kepada putra putrinya.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan masyarakat/orang tua yang memiliki balita di wilayah Kabupaten Lombok Timur mengenai respon orang tua terhadap pemberian imunisasi vaksin MR. Narasumber yang penulis wawancarai ini pada awalnya menolak pemberian vaksin MR karena adanya informasi yang beredar di masyarakat bahwa vaksin MR mengandung babi. Hal tersebut juga bertentangan dengan akidah yang dianut dalam Agama Islam sehingga dilarang karena hukumnya adalah haram. Berikut kutipan wawancaranya:

> "Jadi saya dulu awalnya menolak dek, soalnya kan saya denger-denger dari berita yang beredar di tv, terus saya baca-baca status di facebookkan bahwa vaksin MR itu mengandung babi, dan saya rasa itu sangat bertentangan dengan Aqidah di dalam agama saya, saja juga gak mungkin ngasih ke anak saya vaksin tu kan, yang yang sudah jelas-jelas dalam agama saya itu dilarang, diharamkan babi itu, gitu dek" (Hasil wawancara dengan Bapak Mahyun, warga masyarakat/orang tua balita di Lombok Timur).

Dalam hal ini kekuatan dari dukungan tokoh masyarakat/tokoh adat menjadi hal yang penting bagi terselenggaranya pelaksanaan imunisasi vaksin MR di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Berikut kutipan wawancara penulis dengan narasumber:

> "kalau gak salah sih waktu itu ada petugas dari puskesmas, ada bidan, ada Mamiq (bapak) Sumerat, kayak sesepuh kita, apa kaya pentoak gitu atau sepuh disini yang kita hormati, terus ada H.Mustofa juga gitu dek, banyak waktu itu"

Hal ini dikarenakan masyarakat memberikan penghormatan, kepercayaan kepada tokoh masyarakat/tokoh adat sebagai orang yang dipercaya, atau dengan kata lain memiliki kredibilitas sehingga apa yang disampaikan adalah hal yang benar dan harus dipatuhi maka dari itu dukungan dari tokoh masyarakat/adat dalam memberikan edukasi mengenai vaksin MR yang halal dan penting bagi kesehatan anak-anak adalah merupakan dukungan pelaksanaan kampanye.

Dari kutipan wawancara tersebut peneliti menganalisis bahwa penetapan komunikator atau penyampai pesan sangat berpengaruh terhadap keputusan khalayak. Sesuai dengan strategi *Testimonial Device* yang dikemukakan oleh Ruslan (2008) yang menyebutkan kampanye menggunakan strategi *testimonial device* merupakan kampanye yang mencari sebuah dukungan dari tokoh atau *public figure* yang terkenal sehingga

dapat dipercaya oleh khalayak untuk memperkuat produk atau pesan yang ingin disampaikan.

Penelitian yang penulis lakukan ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya milik Novia Aulina (2014) yang membahas mengenai strategi komunikasi yang digunakan pemerintah Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam kampanye program pengendalian dan pencegahan penyakit (P2P) TB di Provinsi Riau. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dalam mengkampanyekan program pengendalian dan pencegahan penyakit (P2P) TB, Dinas Kesehatan Provinsi Riau menggunakan beberapa strategi komunikasi, antara lain; strategi komunikasi melalui sebuah event tertentu, strategi komunikasi melalui program, strategi komunikasi melalui pesan, strategi komunikasi melalui media, dan strategi komunikasi melalui kerja sama. Hasil penelitian ini hampir sama dengan hasil penelitian yang penulis peroleh yaitu Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam strategi komunikasi yang dilaksanakannya menggunakan penyampaian pesan/materi yang akan disampaikan kepada masyarakat dan menggunakan media baik media elektronik maupun media seperti buku, leaflet, spanduk dan juga penyampaian informasi secara langsung melalui kader kesehatan.

Penelitian yang penulis lakukan juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Davy Putri Kussanti, Intan Leliana (Maret 2018) dengan hasil penelitian yaitu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh Humas Puskesmas Palmerah dimaksudkan untuk mempengaruhi khalayak luas agar mengetahui dengan baik bahaya dari penyakit campak dan rubella. Media komunikasi, informasi dan edukasi cetak digunakan untuk menyampaikan isi pesan dari kampanye. Hasil penelitian ini hampir sama dengan hasil penelitian yang penulis lakukan dimana Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat juga menggunakan media komunikasi dalam penyampaian informasi seperti media radio, media cetak seperti buku, leaflet, dan spanduk.

E. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam Mengkampanyekan Vaksin MR

a. Faktor Pendukung

Pelaksanaan kampanye imunisasi MR tidak terlepas dari adanya faktor pendukung yang ada sehingga tujuan dapat tercapai. Hasil wawancara penulis dengan narasumber diperoleh

hasil bahwa faktor pendukung yang ada diantaranya adalah adanya komitmen yang ada antar *stakeholder* di Provinsi Nusa Tenggara Barat sehingga kampanye tidak hanya menjadi tanggung jawab dari Dinas Kesehatan saja. Pihak Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara memiliki perpanjangan tangan di tingkat puskesmas, yang kemudian setiap desa dikoordinasi oleh kepala desa. Kampanye ke sekolah ada bantuan dari UPTD dan di desa ada kader yang siap memberikan informasi kepada masyarakat terkait dengan vaksin MR.

Faktor pendukung yang lain diantaranya adalah terdapat forum di Akun Facebook yaitu Forum Da'i Kesehatan Lombok Timur yang merupakan akun Facebook grup kumpulan informasi yang berisi informasi kesehatan di Lombok Timur. Hal ini berdampak positif bagi masyarakat, dimana masyarakat sudah banyak yang menggunakan dan mengakses media sosial sehingga informasi dapat tersebar dengan luas dan cepat.

Dukungan lainnya adanya Grup Whatsapp (WA) yang anggotanya yaitu kader kesehatan, tokoh masyarakat dan ibu-ibu warga masyarakat. Adanya Grup WA juga memudahkan untuk saling koordinasi. Grup WA tersebut memudahkan bagi warga masyarakat yang ingin menyampaikan keluhan terkait dengan pelaksanaan vaksin MR. Menurut penulis dengan adanya media komunikasi seperti media sosial dan aplikasi WA tersebut memudahkan dalam hal komunikasi. Hal ini dikarenakan pada saat ini masyarakat sudah banyak yang menggunakan media komunikasi tersebut sehingga tercipta komunikasi yang timbal balik, informasi pun dapat dengan mudah dan cepat diterima.

b. Faktor Penghambat

Pelaksanaan kampanye vaksin MR di wilayah Nusa Tenggara Barat selain terdapat faktor pendukung juga tidak terlepas dengan faktor penghambat. Dari hasil wawancara penulis dengan narasumber penelitian dapat diketahui bahwa faktor penghambat adanya adanya fenomena di lapangan berupa penolakan dari masyarakat yang menerima informasi dari media yang belum diketahui kebenarannya. Informasi yang diterima di masyarakat bahwa vaksin MR mengandung enzim babi sehingga bagi umat muslim hukumnya haram karena vaksin disuntikkan ke dalam tubuh. Hal ini sesuai dengan kutipan hasil wawancara berikut:

> "Jadi imunisasi ini terutama imunisasi rubella ini mendapatkan penolakan pada informasi di media bahwa media tanam dari vaksin ini adalah dari enzim babi. Inilah sebabnya banyak penolakan dari beberapa tokoh agama

> dikarenakan enzim ini adalah sesuatu yang haram dimasukkan dalam tubuh umat Islam" (Hasil wawancara dengan Bapak Lalu Saprudin selaku Kepala Puskesmas Karang Baru).

Hambatan yang dialami tersebut berasal dari penolakan warga masyarakat terutama yang beragama muslim menjadi tantangan tersendiri dalam pelaksanaan kampanye. Oleh karena itu dari tantangan yang dihadapi tersebut, Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat melakukan upaya dengan membentuk tim koordinasi di tingkat kecamatan yang diketuai oleh Bapak Camat. Tim koordinasi melibatkan muspika kecamatan mulai dari Koramil, Kapolsek, KUA (Kantor Urusan Agama), UPTD dan KB. Tim koordinasi tersebut memberikan pendekatan komunikasi kepada masyarakat dengan memberikan informasi yang benar tentang vaksin MR dimana vaksin tersebut tidak bertentangan dengan akidah umat muslim. Penjelasan lebih lanjut yang disampaikan oleh tim koordinasi adalah bahwa vaksin MR sudah disterilisasi sehingga aman bagi kesehatan dan mengacu pada ketentuan pasal darurat dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) yang menyatakan bahwa vaksin diperbolehkan untuk menghindari penyakit dan memberikan dampak kesehatan yang baik di masyarakat. Berikut hasil wawancara penulis dengan narasumber:

> "Jadi melalui pendekatan itulah kami masukkan bahwa imunisasi rubella ini tidak bertentangan dengan aqidah umat islam, dikarenakan vaksin ini adalah vaksin yang sudah disterilisasi melalui beberapa proses pembersihan itu yang pertama, yang kedua, ada pasal darurat yang diwacanakan oleh majelis ulama itu menjadi acuan, bahwa menghalalkan vaksin rubella ini dilakukan di masyarakat dan untuk mencegah kejadian-kejadian yang tidak diinginkan yaitu penularan penyakit ini yang sangat berdampak pada peningkatan derajat kesehatan masyarakat" (Hasil wawancara dengan Bapak Lalu Saprudin selaku Kepala Puskesmas Karang Baru).

Hal pokok yang menjadi kesepakatan dari tim koordinasi di tingkat kecamatan tersebut kemudian selanjutnya disosialisasikan kembali di tingkat desa. Pihak desa kemudian menindaklanjuti dengan mengumpulkan tokoh agama, tokoh masyarakat, Kepala Dusun, ketua RW dan ketua RT yang mempunyai pengaruh di masyarakat. Hal ini bertujuan agar penolakan vaksin MR tidak meluas dan masyarakat mendapatkan informasi yang tepat terkait dengan pentingnya vaksin MR ini bagi kesehatan.

Selanjutnya saat pelaksanaan kampanye imunisasi MR Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat menghadapi masalah bencana alam gempa bumi pada pertengahan tahun 2018 yang mengakibatkan sekolah-sekolah meliburkan murid selama kurang lebih 3 minggu, hal tersebut mengakibatkan terhambatnya pelaksanaan Imunisasi MR

Selain itu faktor penghambat yang ditemui dilapangan ilah manajemen waktu di beberapa daerah, dimana saat pelaksanaan kampanye yang dilakukan oleh dinas kesehatan kabupaten Lombok timur berbenturan dengan jam kerja masyarakat, sehingga masyarakat tidak dapat mengikuti program kampanye vaksin MR. Hal ini sesuai dengan kutipan wawancara penulis dengan narasumber :

> "Itukan saat kita langsung terjun kelapangan, ada beberapa warganya itu tidak ikut menerima informasi yang disampaikan petugas, itu sebabnya karena waktu kita datang dengan waktu masyarakat bekerja di sawah yang berbenturan sehingga, masyarakat tidak mengikuti kampanye tersebut" (wawancara dengan Kepala Puskesmas Karang Baru".

Menurut Peneliti seharusnya Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat memperhatikan target sasarannya dilihat dari segi sosiodemografik. Dimana penetapan waktu dengan target sasaran yang dituju harus sesuai tidak berbenturan dengan jam kerja masyarakat yang ada di pedesaan. Sasaran inilah yang nantinya dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan kegiatan kampanye imunisasi MR yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat.

F. Analisis SWOT

Berdasarkan dari faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pelaksanaan kampanye imunisasi MR Cangara (2017) dalam bukunya Perencanaan dan Strategi Komunikasi menyebutkan terdapat empat komponen yang dapat digunakan untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mengkampanyekan imunisasi MR yaitu pertama *Strength* (kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Oppurturnitie*s (Peluang), *Threat* (Ancaman).

Berikut ini adalah analisis yang penulis lakukan terkait dengan SWOT strategi komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mengkampanyekan imunisasi MR yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.2 SWOT Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mengkampanyekan Imunisasi MR

SWOT	**Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Kabupaten Lombok Timur dalam Kampanye Vaksin MR**
Strength	Koordinasi yang baik dari tingkat kabupaten, kecamatan dan desa dalam pelaksanaan kampanye imunisasi MR
	Penggunaan media komunikasi yang dapat menjangkau luas masyarakat di wilayah Nusa Tenggara Barat seperti baliho, leaflet dan buku advokasi imunisasi campak-rubella dan media sosial, grup Whatsapp (WA) , Youtube, Website
Weakness	Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat belum membuat atau mengemas pesan sendiri

	Belum adanya event-event khusus yang dibuat untuk menarik perhatian khalayak untuk mau ikut serta dalam pelaksanaan kampanye imunisasi MR
Opportunity	Peluang yang dimiliki oleh Dinas Kesehatan Lombok Timur adalah dapat menggunakan media elektronik dalam penyampaian pesan kampanye seperti televisi lokal sehingga informasi dapat diberikan secara visual dan jangkauan menjadi luas
	Peluang untuk memperoleh dukungan dari tokoh masyarakat/tokoh adat dalam penyampaian informasi tentang pentingnya vaksin MR
Threat	Pemberian vaksin belum merata karena sekolah diliburkan selama 3 minggu saat adanya bencana gempa bumi
	Pandangan di masyarakat tentang keamanan vaksin yang diduga mengandung unsur haram, hal ini terjadi karena banyak berita bohong (hoax) yang tersebar di masyarakat
	Pemberian informasi atau jadwal kampanye berbenturan dengan jam kerja masyarakat.

BAB IV

Penutup

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah ditemukan dan dianalisis oleh peneliti dari Strategi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam Mengkampanyekan imunisasi MR, peneliti menarik kesimpulan bahwa dalam melakukan kampanye imunisasi MR Dinas kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat berupaya untuk memberikan informasi edukasi kepada masyarakat, yang tujuannya untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang bahaya yang disebabkan jika tidak melakukan vaksinasi. Adapun strategi yang dilakukan dalam kampanye imunisasi MR oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat melakukan beberapa strategi sebagai berikut:

1. **Melakukan Koordinasi Lintas Sektor.**

   Dalam melakukan kampanye vaksin imunisasi MR Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat melakukan Koordinasi Lintas sektor, yang didalamnya tergabung perangkat-perangkat daerah mulai dari perangkat yang ada di Provinsi seperti Kementrian Agama, Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Nusa Tenggara Barat, MUI, begitu juga di kabupaten Kabupaten, Kecamatan hingga perangkat desa yang melibatkan masyarakat seperti tokoh adat dan para ulama (Ustad). dalam koordinasi ini dilakukan beberapa pertemuan, mulai dari pertemuan advokasi hingga pertemuan sosialisasi.

2. **Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat Mengadakan Pelatihan Petugas Kesehatan.**

   Dalam mempersiapkan kegiatan kampanye imunisasi MR, Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat melakukan kegiatan pelatihan petugas yang nantinya akan ditugaskan melakukan kampanye atau sosialisasi, kegiatan ini dilakukan untuk mendukung atau meningkatkan kualitas kinerja petugas Dinas Kesehatan yang akan turun ke lapangan dan berhadapan langsung dengan masyarakat dalam pelaksanaan kegiatan kampanye imunisasi MR.

3. Kader Promosi Kesehatan Mendatangi Masyarakat secara langsung

Salah satu strategi yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat ialah langsung mendatangi tempat dimana masyarakat berkumpul, ini dilakukan mengingat pada bulan Agustus 2018 Nusa Tenggara Barat ditimpa bencana gempa yang mengakibatkan banyak fasilitas umum rusak, dan warga berkumpul di pengungsian. Dengan datangnya petugas promosi kesehatan ke tempat pengungsian warga menimbulkan interaksi yang lebih efektif antara petugas kesehatan dengan masyarakat.

4. Strategi Menggunakan Media

Dalam berkampanye Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat menggunakan beberapa media dalam penyampaian pesannya, mulai dari membagikan leaflet yang berisi tentang informasi vaksinasi MR, memasang beberapa spanduk dan baliho di tempat-tempat strategis, menyebarluaskan informasi vaksin MR melalui media yang dikemas sedemikian rupa agar mudah dipahami masyarakat, menggunakan beberapa media online seperti website, youtube, membuat grup forum tempat bertukar informasi seputar vaksin MR, menyebarluaskan pesan atau informasi tentang vaksin MR melalui Whatsapp.

5. **Strategi *Testimonial Device***

Dalam pelaksanaan kampanye yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat menggunakan strategi *testimonial device,* dimana Dinas Kesehatan dalam pelaksanaan kampanye mengikutsertakan tokoh-tokoh adat dan tokoh-tokoh agama. Tokoh-tokoh tersebut dinilai mampu untuk menarik hati atau simpati masyarakat untuk mau ikut serta dalam program vaksin MR.

Strategi yang paling efektif yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat ialah menggunakan *Testimonial Device* dimana warga atau masyarakat lebih mendengarkan atau lebih mempercayai informasi yang disampaikan oleh tokoh-tokoh yang mereka anggap sebagai petuah, sebagai contoh kepala adat dan tokoh agama seperti Ustad.

Dari kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam pelaksanaannya memiliki faktor pendukung dan faktor

penghambat yang ditemui di lapangan. Adapun factor pendukung kampanye vaksin MR ini ialah Dinas Kesehatan melakukan koordinasi yang baik dari jenjang kabupaten hingga ke desa-desa. Kemudian penggunaan media komunikasi yang menjangkau luas masyarakat yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Barat, mulai dari pemasangan baliho dan spanduk, pembagian leaflet dan buku advokasi vaksin MR, penggunaan radio, pemanfaatan media sosial yang digunakan untuk berbagi dan bertukar informasi.

Adapun faktor penghambat yang ditemui dilapangan adalah penolakan dari warga terkait beredarnya isu tentang vaksin MR mengandung unsur haram selanjutnya adanya bencana alam yang sedikit merubah strategi awal yang sudah ditetapkan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dan pemberian informasi atau jadwal kampanye berbenturan dengan jam kerja masyarakat.

B. Saran

a. Penelitian tentang strategi komunikasi Dinas Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mengkampanyekan vaksin MR ini masih memiliki banyak kekurangan. Maka dari itu direkomendasikan untuk penelitian selanjutnya dapat lebih menggali informasi sehingga mampu mengungkap lebih banyak lagi terkait tentang strategi komunikasi dalam berkampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat

b. Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat diharapkan mampu lebih memperhatikan susunan-susunan strategi dalam berkampanye, agar segala yang dirancang lebih terorganisir dengan baik, mulai dari waktu hingga penyusunan pesannya, sehingga tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan kampanye imunisasi MR tercapai.

c. Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat diharapkan mampu memberikan ide-ide kreatif terkait dengan pelaksanaan kegiatan kampanye vaksin MR mulai dari pembuatan isi pesan hingga perancangan even-even yang dapat digunakan untuk menarik perhatian masyarakat agar mau ikut serta dalam program yang dilaksanakan oleh Dinas Kesehatan.

d. Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat diharapkan bisa membuka kerja sama dengan beberapa pihak atau tokoh-tokoh masyarakat yang dapat membantu agar program yang dijalankan mendapat hasil yang diinginkan.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya berfokus pada strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat. Sehingga diharapkan untuk penelitian selanjutnya juga membahas tentang manajemen kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan.

Daftar pustaka

Cangara, Hafied. 2017. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers

Haryatmoko. 2007. Etika Komunikasi Manipulasi Media Kekerasan dan Pornografi. PT Kanisius Yogyakarta.

Liliweri, Alo. 2007. Dasar-Dasar Komunikasi Kesehatan. Pustaka Pelajar.

Moleong, 2005, Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : Kencana

Ruslan, Rosady. 2004. Etika Kehumasan Konsep & Aplikasi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Ruslan, Rosady. 2008. Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Ruslan, Rosady. 2003. Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi. PT Raja Grafindo Persada Jakarta.

Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Satori, Djam'an. & Komariah, Aan. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Suryadi, Edi. 2018. Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Venus, Antar. 2009. Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Yusi, Syahriman & Idris, Umiyati. 2009. Metodologi Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kuantitatif. Citra Books Indonesia.

Jurnal

Adityawan Oki. Jurnal Sketsa, Volume 11 No 1 (April 2015), Visualisasi Kampanye Kesehatan Remaja dalam Media Cetak,

Aritonang, A. I. (2011). Kebijakan Komunikasi di Indonesia. Jurnal Komunikasi, 263-264. Bradley, B. (2009). Health Communication Campaigns. Journal Communication and Consulting, 2-34.

file:///C:/Users/HP/Downloads/433-1101-2-PB.pdf

https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/download/3654/2420

https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/komunika/article/view/1665

Kussanti,P,D. Lelina,Intan. Jurnal Komunikasi Volume 9 No. 1 (Maret 2018) yang berjudul "Program Kampanye Humas Puskesmas Kecamatan Palmerah Dalam Upaya Preventif Bahaya Campak Dan Rubella Di Masyarakat**"**

Normawat, dkk. Jurnal Komunikasi Media dan Informatika Volume 7 No 3 (November 2018) Pengaruh Kampanye "Let's Disconnect To Connect" Terhadap Sikap Anti Phubbing (Survei Pada Followers Official Account Line Starbucks Indonesia). Influence Of The Campaign "Let's Disconnect To Connect" On Anti Phubbing Attitude (Survey In Line Starbucks Indonesia Official Account Followers)

Parlindungan R,D. dkk. Jurnal Bisnis dan Komunikasi Volume 5 No. 1 (Februari 2018) yang berjudul "Strategi Komunikasi Rumah Vaksinasi Menghadapi Kampanye Hitam dan Mitos Imunisasi" http://research.kalbis.ac.id/Research/Files/Article/Full/RYZ8AE9LMRHYBRZSVEOEJJUZ3.pdf

Rijali Ahmad, Volume 17 No 33 (Januari-juni 2018) Analisis Data Kualitatif file:///C:/Users/HP/Downloads/ANALISIS_DATA_KUALITATIF.pdf

Utami,W,N. Jurnal Komunikasi, "Strategi Promosi Kesehatan Puskesmas Mlati 2 Sleman dalam Program Indonesia Sehat dengan Pendekatan Keluarga".

Skripsi

Aulina, Novia. Judul skripsi "Analisis Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam Kampanye Program Pengendalian dan Pencegahan Penyakit (P2P) TB**".** Jurusan ilmu komunikasi. Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tahun 2014

Nanjaya D,M . Judul skripsi "Strategi Kampanye Humas Dinas Kesehatan Kota Jambi dalam Mensosialisasikan Program Imunisasi pada Anak**"** Jurusan ilmu komunikasi. Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tahun 2012.

Web

Campak-Rubella Rentan Wabah karena Pro dan Kontra Vaksin

https://tirto.id/campak-rubella-rentan-wabah-karena-pro-dan-kontra-vaksin-cYJ7

Global Measles and Rubella Update August 2018

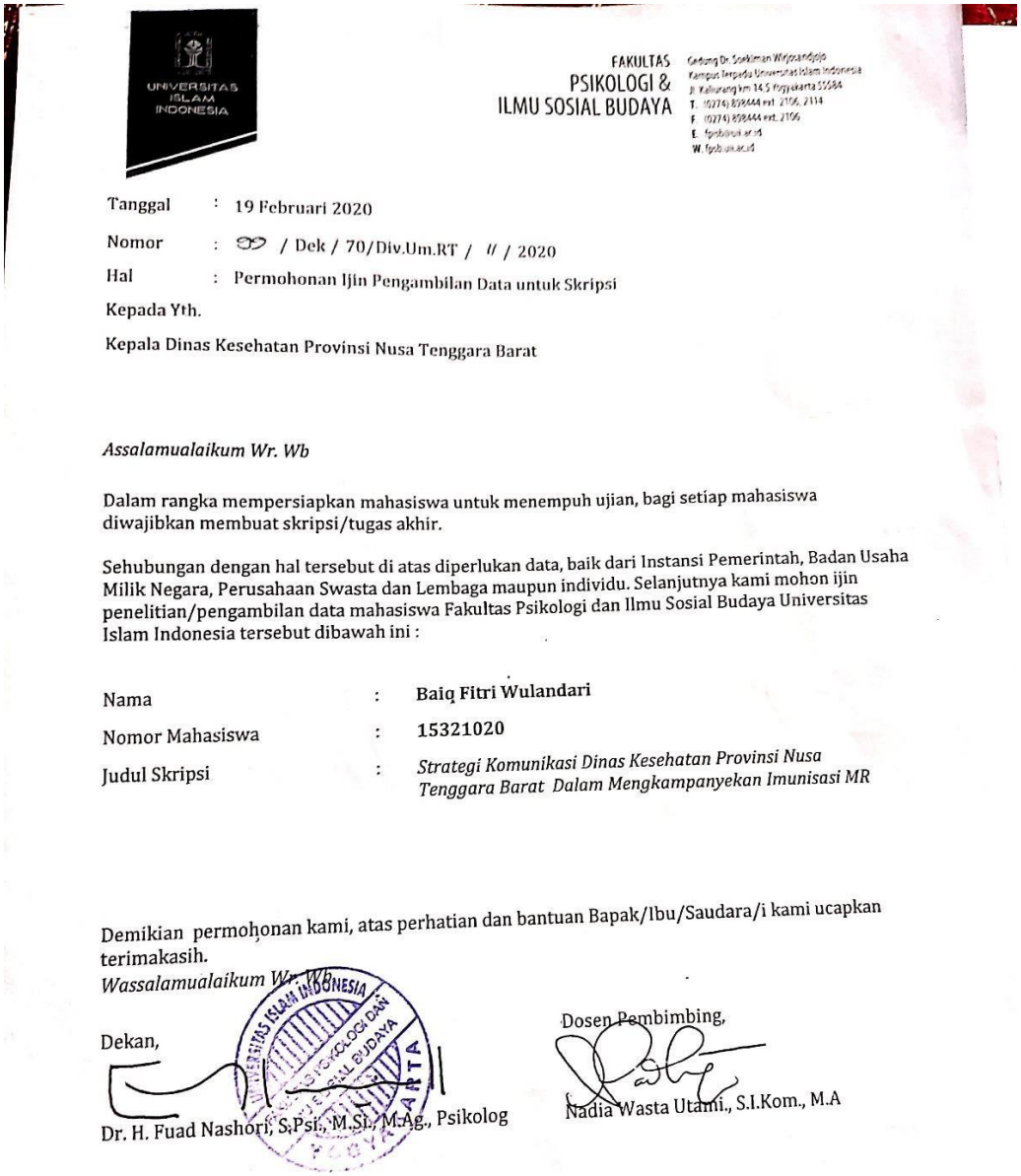
http://www.idai.or.id/artikel/klinik/imunisasi/imunisasi-campak-rubella-mr

https://lifestyle.okezone.com/read/2018/09/07/481/1947632/kendala-pelaksanaan-vaksin-campak-dan-rubella-di-lombok-pasca-gempa

https://www.who.int/immunization/monitoring_surveillance/burden/vpd/surveillance_type/active/Global_MR_Update_August_2018.pdf?ua=1

LAMPIRAN

Surat pengantar penelitian di Dinas Kesehatan Provinsi NTB



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS PSIKOLOGI & ILMU SOSIAL BUDAYA

Gedung Dr. Soekiman Wirjosandjojo
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 2106, 2114
F. (0274) 898444 ext. 2106
E. fpsb@uii.ac.id
W. fpsb.uii.ac.id

Tanggal : 19 Februari 2020

Nomor : ✂ / Dek / 70/Div.Um.RT / II / 2020

Hal : Permohonan Ijin Pengambilan Data untuk Skripsi

Kepada Yth.

Kepala Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat

Assalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas diperlukan data, baik dari Instansi Pemerintah, Badan Usaha Milik Negara, Perusahaan Swasta dan Lembaga maupun individu. Selanjutnya kami mohon ijin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut dibawah ini :

Nama	:	**Baiq Fitri Wulandari**
Nomor Mahasiswa	:	**15321020**
Judul Skripsi	:	*Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat Dalam Mengkampanyekan Imunisasi MR*

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Dekan,

Dr. H. Fuad Nashori, S.Psi., M.Si., M.Ag., Psikolog

Dosen Pembimbing,

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

Surat Keterangan selesai Pengambilan Data

PEMERINTAH PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT
DINAS KESEHATAN
Jl. Amir Hamzah No. 103 Telp. (0370) 621786 Mataram 83211

Mataram, 13 Oktober 2020

Nomor : 443. 32/23 /P3KL/X/DINKES/2020
Lamp : -
Perihal : Pengambilan Data

Yth. Kepada
Dekan Fakultas Psikologi Ilmu Sosial Budaya
Gedung Dr. Soekiman Wirjosandjojo
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
di -
Yogjakarta

Bismillahirahmannirrahim
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Menindaklanjuti Surat Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Nomor : 99/Dek/70/Div.Um.RT/II/2020 perihal Permohonan ijin pengambilan data untuk skripsi, sehubungan dengan hal tersebut maka mahasiswa dibawah ini :

Nama	: Baiq Fitri Wulandari
Nomor Mahasiswa	: 15321020
Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat Dalam Mengkampanyekan Imunisasi MR

Bahwa memang benar yang bersangkutan *telah melakukan penelitian/pengambilan data* di Dinas Kesehatan Provinsi NTB.

Demikian untuk maklum. Atas perhatiannya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Kepala Dinas Kesehatan
Provinsi Nusa Tenggara Barat

Dr. Nurhandini Eka Dewi, Sp.A
Pembina Utama Madya /IV.d
NIP. 19630623 198803 2 007

Transkrip wawancara

Hari/Tanggal wawancara : Senin, 9 Maret 2020

Tempat wawancara : Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat

Nara Sumber : Awaluddin S.Sos

Keterangan/Jabatan : Staf SIKB (Surveiland Evidimiologi Imunisasi Kesehatan Bencana)

P : Apa yang menjadi latar belakang program imunisasi MR? permasalahan yang seperti apa yang ada di masyarakat sehingga program ini dilakukan?

N :Latar belakang ini kan ada, mulai dari kebijakan ya, memang ada penyakitnya juga dulu ada, kemudian ada rekomendasi WHO ya untuk imunisasi MR, lebih lengkapnya nanti di file ya, terus ada rekomendasi ITAG, kenapa kita laksanakan karena memang kasus ISVAnya tinggi, artinya dia kasusnya di atas 4% kalau ndak salah 6% saat itu kita temukan kasus di NTB, disamping itu kebijakan tadi.

p :Apa tujuan yang diinginkan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam pelaksanaan program imunisasi ini

N : kita itu untuk memberikan kesehatan dan meningkatkan kekebalan anak-anak dilihat dari latar belakang permasalahan yang timbul.

P : Bagaimana proses dan tahapan perencanaan program imunisasi MR. tolong jelaskan proses dan tahapan perencanaan program imunisasi MR.

N :Jadi mulai dari tadi, bagaimana kita menghitung sasaran ya, kemudian ini ada dua fase, kemarin ada fase pertama di jawa fase kedua itu di luar jawa, kemudian sasarannya itu orang tua anak yang berusia umur 9 bulan hingga anak yang berusia 15 tahun. Kemudian pertimbangan tempat.

P :Siapa yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan program imunisasi MR ini?

N :Mulai dari tingkat pusat, kemenkesnya, kalua dikita itu di strukturnya itu ada ditjennya kita tu ditjen pencegahan pengendalian penyakit P2P namanya. Di daerah itu mulai dinas kesehatan provinsi kemudian di dalamnya ada bidang P3KL, di kabupaten juga begitu, sampai di puskesmas.

P : Sejak kapan Dinkes merencanakan program imunisasi MR.

N :Setelah ada kebijakan dari pusat, setahun sebelum pelaksanaan kampanye ini kita sudah diinfokan oleh pusat, berdasarkan permasalahan yang ada tadi

P : Siapa yang menjadi target dalam program imunisasi MR.

N : ya yang tadi orang tua dari anak mulai dari 9 bulan hingga 15 tahun

P : Kegiatan apa saja yang telah dilakukan dalam pelaksanaan program imunisasi MR ini

N : Sesuai dengan instruksi gubernur atau bupati, kita melakukan pertemuan, contoh diprovinsi kita mengundang orang kabupaten, kementerian agama, diknas dikbud kita mengundang. Mulai dari advokasi, sosialisasi dengan tokoh agama, tokoh masyarakat, di puskesmas dan kabupaten juga seperti itu, mereka mengundang lintas sektor lintas program.

P :

N :kalua dukungan itu lintas program, kita ada dukungan dari PKKnya, ormas.

P : Dalam pelaksanaan kampanye ini, kedaerah mana saja pelaksanaannya, apakah ke daerah tertentu apakah seluruh daerah di provinsi Nusa Tenggara Barat?

N : Semua, di seluruh kabupaten, kota di NTB ada 10 kabupaten.

P : Kapan saja waktu yang dipilih dalam pelaksanaan kampanye program imunisasi MR ini

N :Bulan agustus dan bulan september, di bulan agustus untuk anak sekolah, September untuk di luar anak sekolah.

P : Untuk penetapan anggaran dalam program kampanye MR ini bagaimana?

N : pusat sudah memberikan untuk kampanye ini dalam bentuk anggaran APBN maupun APBD kalua di kabupaten itu APBD. Dana itu digunakan tadi saat advokasi, pelatihan petugas saat pelaksanaan.

P : berarti ada pelatihan petugas juga?

N : Ya memang ada, kita berikan pelatihan cara memberikan vaksin tersebut.

P : Bagaimana cara dinas kesehatan dalam menentukan tim kerja dalam pelaksanaan kampanye MR

N :Kalau itukan pelaksanaan kampanye ini membentuk tim berdasarkan surat gubernur atau SK gubernur.

P :siapa yang menjadi komunikator dalam pelaksanaan kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Lombok Timur.

N :diknas membantu kita untuk mengajak siswa-siswa untuk mau divaksin, kalau kemenagnya berbicara untuk menenangkan masyarakat . memberitahu masyrakat bahwa vaksin ini aman digunakan berdasarkan surat dari MUI waktu itu. Di Sekolah guru-guru yang memberikan sosialisasi, masyarakat itu MUI yang membantu ada tokoh masyarakat dan tokoh adat juga. Orang-orang tersebut yang memberikan motivasi agar masyarakat mau mengikuti program imunisasi MR

P :Untuk penyusunan pesannya isu yang diangkat seperti apa?

N :kita artinya hanya menyampaikan bahayanya jika anak tidak mendapatkan vaksin MR tadi.

P : Seperti salah beberapa portal berita yang saya baca, vaksin MR ini masih sangat kontra dikalangan masyarakat yang muslim, dan seperti yang kita ketahui di daerah NTB ini mayoritas masyarakat beragama muslim, apakah itu menjadi sebuah masalah tersendiri? Apa yang dilakukan untuk mengantisipasi masalah tersebut?

N :Kita meminta bantuan dari dai-dai kesehatan untuk membantu memberikan penyuluhan, terutama tokoh masyarakat tokoh agama, aparatur desa untuk membantu memberikan penyuluhan itulah upaya-upaya yang dilakukan dinas kesehatan.

Hari/Tanggal wawancara : Senin, 9 Maret 2020

Tempat wawancara : Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat

Nara Sumber : Adhe Meta A S.KM

Keterangan/Jabatan : Staff Promosi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat.

P :Bagaimana strategi kampanye yang dilakukan oleh dinas kesehatan provinsi Nusa Tenggara Barat?

N :strateginya salah satunya advokasi kemudian kita ada pengadaan leaflet. Media KIE, banner. Sosialisasi, kerja sama dengan MUI kemenag kemudian sosialisasi dengan 10 kota kabupaten yang ada di NTB. Karena ada penolakan itu kita bikin konten himbauan dari Ibu Wagub. Media-media tadi juga kita sudah sebarkan ke 10 kabupaten tadi.

P :Untuk pesan yang disampaikan apakah dikes membuat pesan sendiri atau bagaimana?

N :kita menggandakan dan memperbanyak pesan yang ada dari pusat

P : media apa saja yang digunakan dalam penyampaian pesan imunisasi MR ini?

N :kita gunakan media-media seperti banner spanduk, radio, kita juga ada tv spot (tv lokal) waktu itu, kita menggunakan running text. Pesanya berbunyi Ayo Ajak Anak ke Pelayanan Imunisasi MR, GRATIS. Ada 3 tv kalau tidak salah TVRI, TV9 dan Lombok TV

P :Apa saja kendala yang dihadapi oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam pelaksanaan kampanye imunisasi MR?

N :Sebenarnya kan kampanye ini 2 bulan, tetapi beberapa hari ada berita hoax yang beredar, itu berpengaruh, masyarakat waktu itu maunya vaksin nya ada label halalnya dan kebetulan waktu itu ada gempa kita berhenti melaksanakan sama sekali selama 3 minggu. Karena ada surat juga kan anak-anak diliburkan. Terhenti jadinya. Ada juga si beberapa lokasi yang mereka melaksanakan imunisasi bawa vaksin nya ke tenda-tenda dimana warga mengungsi waktu itu.

P :Apa saja faktor pendukung pelaksanaan kampanye imunisasi MR yang dilakukan dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat?

N :Tetapi tetap si teman-teman di lapangan itu berusaha mbak, sampai temen-temen itu sampai 10 kali 12 kali mereka menggandeng MUI KEMENAG DIKNAS itu mereka gandeng semua, ada beberapa yang setelah dijelaskan MUInya kan waktu itu kita bawa ketua MUI gitu kadang ada yang berhasil. Ada setelah kita komunikasi, bahkan kan kemarin ada di Abu Hurairah inikan tidak pernah diimunisasi, tetapi saat kita datang sosialisasi langsung mau itu. Kita tetap berusaha walaupun banyak tantangannya, ada yang dibawain parang di Lombok Tengah waktu itu, tetapi petugas it memang gigih ya, 7 kali, 10 kali, akhirnya ada beberapa yang di imunisasi , ya kita imunisasi, ada 5 orang ya kita imunisasi 5 gitu sih .

P :apakah dikes melakukan evaluasi dan bagaimana hasilnya?

N :kalau menurut kami sih mbak ya, semua kita sudah lakukan, mulai dari micro planning, kita persiapan itu setahun sebelumnya kita sudah ada pelatihan untuk petugas imunisasi, kita rencanakan mulai dari sasarannya siapa, logistiknya berapa, tenaganya berapa, punya tidak vaksin cariernya berapa itu sudah satu tahun sebelum nya persiapan, terus kira-kira punya ndak media media KIE terus sosialisasi semua sudah kita lakukan. Tetapi balik lagi ke isu yang tadi. tetapi sekarang sudah lancar si, mereka mau-mau saja kalua di vaksin.

Hari/Tanggal wawancara : Senin, 11 November 2019

Tempat wawancara : Puskesmas Karang Baru Aikmel

Nara Sumber : Lalu Saprudin S.KM

Keterangan/Jabatan : Kepala Puskesmas Karang Baru

P : Setelah saya melakukan wawancara ke Dinas Kesehatan Kabupaten Lombok Timur. DIKES menyebutkan strategi yang lebih khususnya berada di Puskesmas, akhirnya saya memutuskan untuk datang ke puskesmas ini. Kasus yang beredar sekarang seperti portal berita yang saya baca, banyak penolakan dari masyarakat masalah vaksin MR ini, bagaimana puskesmas sendiri menanggapi permasalahan ini?

N : Jadi begini, hajat dari pemerintah menghadirkan pelayanan imunisasi itu adalah untuk menyehatkan warganya, jadi terhindar dari suatu penyakit, dikarenakan imunisasi pada prinsipnya adalah memasukkan bibit penyakit yang sudah dilemahkan sehingga ketika diserang oleh penyakit tersebut pada kemudian hari, kita sudah memiliki kekebalan, jadi imunisasi ini terutama imunisasi rubella ini mendapatkan penolakan karena informasi di media bahwa media tanam dari vaksin ini adalah dari enzim babi. Inilah sebabnya banyak penolakan dari beberapa tokoh agama dikarenakan enzim ini adalah sesuatu yang haram dimasukkan dalam tubuh umat islam. Dari sinilah didapati tantangan keras pada awalnya, tetapi setelah kita berikan pengertian melalui strategi-strategi bahwa kami puskesmas karang baru ini membentuk tim yang dinamakan tim koordinasi kecamatan yang diketuai oleh camat itu sendiri. Lalu melibatkan musfika kecamatan yaitu dari koramil, kapolsek, KUA, UPTD-UPTD, KB, jadi melalui pendekatan itulah kami masukkan bahwa imunisasi rubella ini tidak bertentangan dengan aqidah umat islam, dikarenakan vaksin ini adalah vaksin yang sudah disterilisasi melalui beberapa proses pembersihan itu yang pertama, yang kedua, ada pasal darurat yang diwacanakan oleh majelis ulama itu menjadi acuan, bahwa menghalalkan vaksin rubella ini dilakukan di masyarakat dan untuk mencegah kejadian-kejadian yang tidak diinginkan yaitu penularan penyakit ini yang sangat berdampak pada peningkatan derajat kesehatan masyarakat. Selanjutnya bahwa apa yang menjadi kesepakatan tim koordinasi kecamatan itu disosialisasikan di masing-masing desa, itulah strateginya dan desa menindak lanjutinya memanggil para tokoh agama dan tokoh masyarakat, desa maupun RT, tokoh-tokoh yang berpengaruh terhadap masyarakat itulah yang digunakan untuk mensosialisasikan hingga penolakan tersebut bisa kita redam di puskesmas ini. Sehingga pelaksanaan imunisasi rubella tersebut bisa berjalan semestinya.

P : Untuk penetapan komunikator sendiri, apakah sudah ada orongnya, atau ditunjuk berdasarkan kemampuan orang tersebut?

N :penyampaian pesan melalui tokoh yang sudah saya sebutkan tadi.

P :Pesan kampanye sendiri disusun oleh siapa dan melalui media apa disebarkan?

N : Pemegang programnya, penanggung jawab program imunisasi melalui beberapa sudut sentral. Media yang digunakan menggunakan beberapa baliho tentang pentingnya imunisasi rubella.

P : Menurut bapak sendiri setelah dilakukan kampanye ini, respon apa yang timbul dimasyarakat.

N : disini paling sulit kita menghadapi masyarakat, karena disini ada bahasa yang mengatakan, jika ia mengatakan ia itu artinya tidak mau mengikuti apa yang kita inginkan. Tetapi saat kita turunkan tokoh-tokoh yang berpengaruh tadi masyarakat langsung tertarik dan mengikuti apa yang seharusnya. Sebenarnya di kecamatan aikmel ini bisa dikatakan islamnya

agak keras terhadap aqidah, jika kita sentuh aqidah tersebut masyarakat belum tentu mau mengikuti kita, tetapi jika kita datang dengan bahasa yang cerdas dan santun serta mengena melalui pola pikir mereka dan disampaikan melalui tokoh-tokoh sentral tersebut ternyata hasilnya pada kecamatan yang dikenal dengan islam garis keras, namun paling tinggi cakupannya di daerah Lombok Timur ini.

P : Apa saja strategi yang dilakukan dalam menanggapi berita hoax yang telah beredar di masyarakat ?

N : Puskesmas itu punya media sosial seperti facebook, kita punya grup Forum Da'I kesehatan Kabupaten Lombok Timur, lalu misalnya ya di program imunisasi punya grup dia, grup WA, karena ada namanya KIPI, kalua di Imunisasi itu, ada dampak dari imunisasi itu, misalnya ada bengkak setelah imunisasi, ada panas setelah imunisasi, jadi itu menangani keluhan, jadi ibu-ibu mengeluhnya via Whatsapp, via medsos, puskesmas itu punya grup untuk mengatasi hoax-hoax yang berkembang, medsos kita hadapi dengan medsos, tapi di masyarakat kita redam dengan tokoh yang ada di masyarakat, tokoh agama. Kita juga memasang baliho, dan poster, tapi sekarang masyarakat sudah cuek kan, maka dari itu kita gunakan grup wa untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat, sekarang kan canggih, jadi kita mewajibkan kader-kader, atau pegawai kesehatan untuk membagikan pesan tersebut di grup-grup wa yang mereka miliki, dan ibu-ibu jaman sekarang itu kalau ada informasi yang penting, sangat cepat untuk menyebarluaskannya di grup wa ataupun media social, disitulah kita saling merangkul dengan masyarakat dalam penyebarluasan pesan yang dapat menagkis berita-berita hoax tentang vaksin haram yang sudah terlanjur beredar. Isi pesan yang kita gunakan saat itu sangat berpegang teguh pada keputusan MUI tentang vaksin MR ini. Bahwa vaksin ini sudah diperbolehkan

P :Apa saja faktor penghambat dalam pelaksanaan kampanye ini?

N :Itukan saat kita langsung terjun kelapangan, ada beberapa warganya itu tidak ikut menerima informasi yang disampaikan petugas, itu sebabnya karena waktu kita datang dengan waktu masyarakat bekerja di sawah yang berbenturan sehingga, masyarakat tidak mengikuti kampanye tersebut.

Hari/Tanggal wawancara :Sabtu, 16 November 2019

Tempat wawancara :Rumah Ibu Siti Mahabbah

Nara Sumber :Siti Mahabbah S.AP

Keterangan/Jabatan :KASUBAG TU UPTD Kecamatan Selong

P : Dinas Kesehatan Kabupaten menyebutkan salah satu mitra kerjanya dalam mengkampanyenyak vaksin MR ini adalah UPTD yang ada di kecamatan, kemudian saya ingin

sedikit bertanya, apa progress atau program yang dilakukan uptd untuk menindak lanjuti perintah dari Dinas Kesehatan Kabupaten Lombok Timur itu sendiri.

N :Dulu awalnya, kami cerita sedikit dulu ya mbak, awalnya kami hanya dikirimi jadwal sama puskesmas, kebetulan kita di UPT DIKBUD kecamatan Selong ini menaungi 2 puskesmas ini, yaitu puskesmas selong dan puskesmas denggen, yang kami tahu di tahun 2018 kemarin itu, pelaksanaan dari imunisasi MR ini dilaksanakan ke sekolah-sekolah, pada awalnya pelaksanaan ini kami dikirimi jadwal, turunlah petugas dari puskesmas-puskesmas ini memberikan imunisasi. Begitu mereka turun pada tahun 2018 kemarin, pelaksanaan MR ini tidak mencapai seperti target yang diinginkan sama Dinas Kesehatan Kabupaten Lombok Timur.

P : Lalu apa yang dilakukan oleh UPTD sendiri atas hasil capaian tersebut?

N : Karena belum bisa tercapainya target yang mereka inginkan, akhirnya kami di lingkup kecamatan kemarin itu, melakukan rapat koordinasi, dengan mengundang kepala-kepala sekolah tingkat SD, SMP dan TK. Disamping kami mengundang semua kepala sekolah waktu itu, kami juga mengundang ketua komite masing-masing sekolah se kecamatan selong. Setelah kami mengadakan rapat, di dalam rapat yang kami lakukan itu kami membahas bagaimana target untuk imunisasi itu bisa terlaksana bias tercapai, maka penyampaianya kami berikan ke kepala sekolah untuk memberikan informasi kepada orang tua murid, tentang betapa pentingnya imunisasi MR ini supaya mereka bisa menerimanya, setelah pengadaan rapat tersebut, itu kembali kepada komite-komite sekolah sama kepala sekolahlah yang menyampaikan informasi ini kepada orang tua wali murid.

P :Berarti bisa dikatakan UPTD menggerakan kepala sekolah untuk menyajikan informasi ya bu?

N :Ya, lalu setelah itu begitu kita melibatkan seluruh kepala sekolah yang ada di lingkup UPT DIKBUD kecamatan selong ini beserta ketua komite nya, Alhamdulillah pelaksanaan imunisasi MR ini sesuai target yang diinginkan walaupun masih ada masyarakat yang tidak menerimanya, tapi hal tersebut wajar kami rasa.

P :Yang seperti ibu katakana tadi, ibu berkoordinasi dengan semua elemen yang ada di sekolah baik itu kepala sekolah maupun komitenya, saat koordinasi rapat tersebut apa ada dibahas tentang pesan apa saja yang harus disampaikan kepada wali murid, apakah pesan tersebut sudah ada atau matang kemudian hanya disuruh untuk menyampaikannya saja, atau pesan tersebut dikemas lagi dengan ide-ide dari komite atau kepala sekolah tersebut?

N :intinya pesan yang disampaikan tersebut dari puskesmas. Puskesmas yang menjelaskan bagaimana imunisasi MR ini, kalua kamikan bidang pendidikannya saja, puskesmas waktu itu yang menyampaikan strategi apa yang akan mereka sampaikan ke orang tua wali murid tersebut.

P : Berarti UPTD hanya memfasilitasi ya?

N : Iya hanya memfasilitasi.

Hari/Tanggal wawancara :Selasa, 12 Desember 2019

Tempat wawancara :TK Pembina Negeri Selong

Nara Sumber :Mba Ica

Keterangan/Jabatan :Ibu dari siswi yang ikut vaksin MR

P :Apakah anak mba mengikuti program imunisasi MR?

N : ya anak saya ikut

P :Dari mana mba mengetahui bahwa ada program imunisasi tersebut?

N :Dulu waktu ini, apa namanya, imunisasi kita dikirimi surat dari sekolah, kayak undangan kumpul wali murid kaya gitu.

P :Lalu saat sudah dikumpulkan apa yang menjadi pokok bahasan di dalam pengumpulan wali murid tersebut?

N :it utu kaya sosialisasi tentang imunisasi, apa dampaknya, bagaimana cara imunisasi yang baik, kaya gitu-gitu.

P : Bagaimana pendapat mba tentang sosialisasi tersebut?

N : Kan seperti yang di televisi, di berita-berita itu banyak yang bilang vaksin itu ada virusnya, ada hewan-hewannya kayak babi, jadinya saya sebagai orang tua itu takut.

P : Lalu setelah mba mendapatkan sosialisasi tersebut, kira-kira apakah dapat membuat mba yang tadinya resah akan vaksin menjadi biasa saja? Atau yang tadinya mungkin anti vaksin menjadi mau vaksin?

N : iya sih soalnya kita dikasih tau imunisasi yang baik kaya gimana, harus gimana, dampaknya kaya gimana, trus mungkin kalau imunisasi yang disekolahkan sudah terjamin dari pemerintahnya sendiri, jadinya ndak takut lagi kalua dari sekolah.

P : Jadi mba itu dari antivaksin bisa menjadi mau vaksin karena sudah mendengarkan sosialisasi yang dilakukan oleh pihak sekolah ya mba?

N : he'm mba..

P : Kalau boleh saya tau waktu sosialisasi tersebut siapa yang menjadi komunikatornya?

N : Kalau ndak salah waktu itu kepala sekolah TK Negeri ini sih mba.

Hari/Tanggal wawancara : Sabtu, 18 Januari 2020

Tempat wawancara : Rumah bapak Mahyun

Nara Sumber : Bapak Mahyun

Mamiq (bapak) Mahyun (warga/orang tua BALITA)

P : bagaimana tanggapan bapak tentang bapak tentang adanya vaksin MR ini?

N :Jadi saya dulu awalnya menolak dek, soalnya kan saya denger-denger dari berita yang beredar di tv, terus say abaca-baca status di facebookkan bahwa vaksin MR itu mengandung babi, dan saya rasa itu sangat bertentangan dengan Aqidah di dalam agama saya, saja juga ndak mungkin ngasih ke anak saya vaksin tu kan, yang yang sudah jelas-jelas dalam agama saya itu dilarang, diharamkan babi itu, gitu dek.

P :Selanjutnya apakah bapak mengetahui upaya yang dilakukan pemerintah memberikan edukasi kepada masyarakat tentang apa sih itu vaksin MR tersebut?

N :Nah, itu dia dek, awalnya kan kita di desa ini ndak mau ya, tapi waktu itu kan kebetulan kita lagi ngungsi pas ada gempa, kita ngungsinya di halaman masjid, nah di masjid itu dilakukan penyuluhan oleh puskesmas, jadi mau tidak mau kita juga ikut mendengarkan penyuluhan itu.

P :Saat penyuluhan dilaksanakan, siapa sih yang memberikan penyuluhan tersebut, sebagai pembicaranya waktu itu pak?

N :kalau gak salah sih waktu itu ada petugas dari puskesmas, ada bidan, ada Mamiq(bapak) Sumerat, kayak sesepuh kita, apa kaya pentoak gitu atau sepuh disini yang kita hormati, terus ada H.Mustofa juga gitu dek, banyak waktu itu.

P :Lalu apa saja yang disampaikan pada saat kampanye tersebut pak?

N :Saat itu dijelaskan sama kita dek, kalua vaksin itu sebenarnya dibolehkan, dijelaskan juga ke kita, bahasa MUI tentang pembolehan vaksin MR ini, gitu dek. Mun dek salak (kalau tidak salah) saat itu kita juga dibagiin kayak kertas, kayak brosur gitu dek,

P :Brosur yang seperti apa?

N :Brosur yang isinya tentang vaksin MR itu bagaimana, kalau anak kita ndak dikasi vaksin dan gimana efeknya kalau sudah dikasih vaksin gitu. Nah dari situ yang awalnya kita ndak setuju ya deq, setelah itu, setelah dijelasin sama Mamiq Tuan (bapak Haji) kita jadi yakin, kita jadi takut juga kalau ndak diberikan vaksin pada anak kita kaya gitu

Surat Edaran Gubernur NTB

GUBERNUR NUSA TENGGARA BARAT

Mataram, 22 Januari 2018

Nomor : 443.32/36 /II/P3KL/2018
Sifat : Segera
Lamp. : 1 (satu) gabung
Perihal : **Mohon dukungan pelaksanaan kampanye Measles Rubella (MR) Bulan Agustus - September 2018 di Nusa Tenggara Barat**

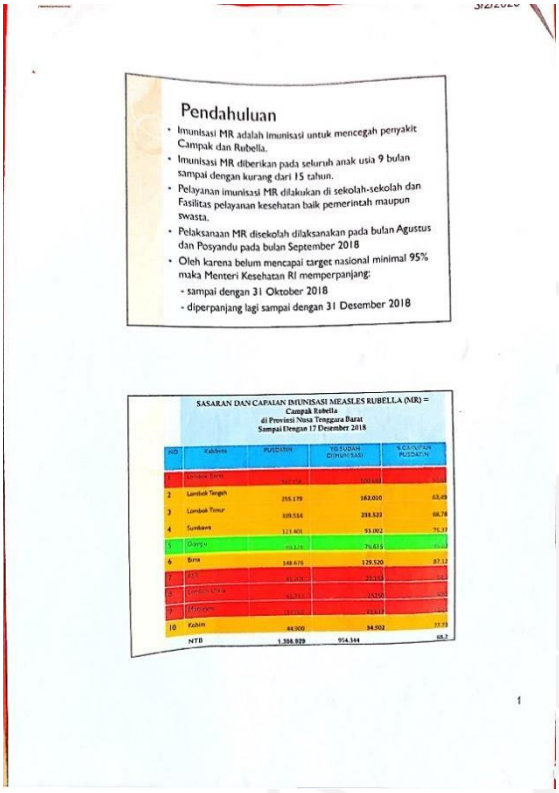
Kepada
Yth. Bupati / Walikota Se-NTB
di-
Tempat

Bismillahirrahmaanirrahiim
Assalamu'alaikum Warahmatullahi wabarakaatuh

Guna mendukung Indonesia mencapai eliminasi penyakit Campak/*Measles* dan pengendalian penyakit *Rubella*/kecacatan bawaan akibat *Rubella (Conginital Rubella Syndrome/CRS)* Tahun 2020, maka akan dilaksanakan kampanye pemberian imunisasi tambahan Campak *(Measles)* dan *Rubella* tahap pertama diseluruh Pulau Jawa dengan sasaran usia 9 bulan sampai dengan < 15 tahun pada bulan Agustus - September 2017 dan tahap kedua di luar Pulau Jawa pada bulan Agustus – September 2018, kemudian diikuti dengan pemakaian vaksin *Measles Rubella (Introduksi vaksin MR)* ke dalam program imunisasi rutin, untuk itu diharapkan agar Saudara merencanakan dan melaksanakan langka-langkah sebagai berikut :

1. Mensosialisasikan kegiatan kampanye imunisasi tambahan *Measles Rubella (MR)* pada bulan Agustus sampai dengan bulan September 2018 dengan sasaran anak usia 9 bulan sampai dengan < 15 tahun di semua wilayah Kabupaten/Kota, Kecamatan sampai Desa;
2. Menggerakan dukungan Lintas Sektor terkait, Organisasi Profesi, Organisasi Massa untuk berpatisipasi aktif mensukseskan pelaksanaan kampanye imunisasi tambahan *Measles Rubella (MR)* sesuai dengan tugas dan fungsinya di wilayah masing-masing, serta berkoordinasi dengan Dinas Kesehatan Kabupaten/Kota;
3. Mendukung pelaksanaan kampanye imunisasi tambahan vaksin *Measles Rubella (MR)* di seluruh wilayah Kabupaten/Kota dengan memanfaatkan semua pembiyaan di daerah baik Bantuan Operasional Kesehatan (BOK), APBN (dekon) maupaun APBD Kabupaten/Kota secara optimal;
4. Memobilisasi dan meningkatkan partisipasi masyarakat agar datang membawa buah hati ke pos Pelayanan Imunisasi terdekat (Posyandu, Poskesdes, Rumah Sakit, Sekolah Dasar/MI, Sekolah Menengah Pertama/MTs, Ponpes dan Pos lainnya yang ditunjuk) untuk mendapatkan imunisasi tambahan vaksin *Measles Rubella (MR)*;

Data-data Dinas Kesehatan Provinsi NTB



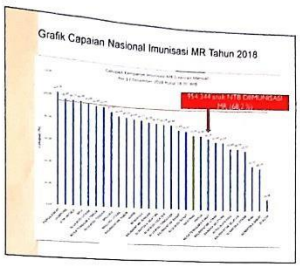
Pendahuluan

- Imunisasi MR adalah imunisasi untuk mencegah penyakit Campak dan Rubella.
- Imunisasi MR diberikan pada seluruh anak usia 9 bulan sampai dengan kurang dari 15 tahun.
- Pelayanan imunisasi MR dilakukan di sekolah-sekolah dan Fasilitas pelayanan kesehatan baik pemerintah maupun swasta.
- Pelaksanaan MR disekolah dilaksanakan pada bulan Agustus dan Posyandu pada bulan September 2018
- Oleh karena belum mencapai target nasional minimal 95% maka Menteri Kesehatan RI memperpanjang:
  - sampai dengan 31 Oktober 2018
  - diperpanjang lagi sampai dengan 31 Desember 2018

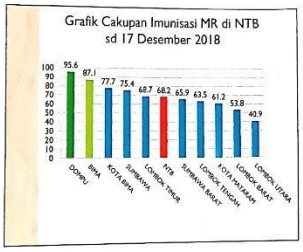
SASARAN DAN CAPAIAN IMUNISASI MEASLES RUBELLA (MR) = Campak Rubella di Provinsi Nusa Tenggara Barat Sampai Dengan 17 Desember 2018

NO	Kabkota	PUSDESMA	TELAH DIIMUNISASI	% CAKUPAN PUSDESMA
1	Lombok Barat			
2	Lombok Tengah	255.179	163.010	63,49
3	Lombok Timur	319.514	238.523	68,78
4	Sumbawa	121.401	93.002	75,33
5	Dompu	74.619	74.619	100,0
6	Bima	148.676	129.520	87,12
7	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
8	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
9	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
10	Kabtim	84.900	34.502	72,73
	NTB	1.306.929	954.344	68,7

1

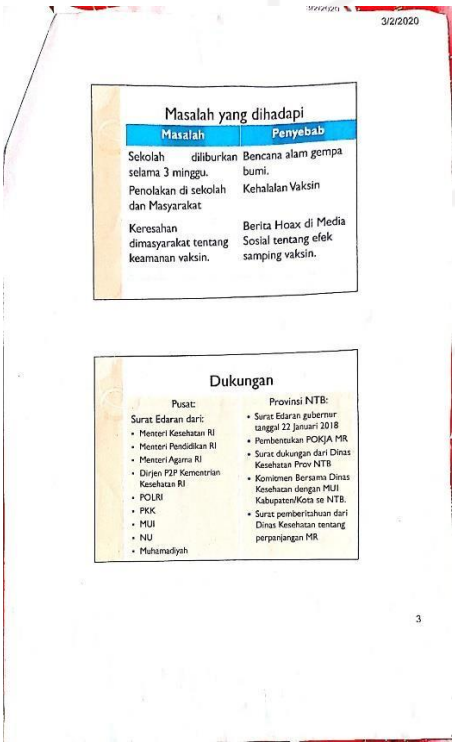


Grafik Capaian Nasional Imunisasi MR Tahun 2018



Grafik Cakupan Imunisasi MR di NTB sd 17 Desember 2018

2



3/2/2020

Masalah yang dihadapi

Masalah	Penyebab
Sekolah diliburkan selama 3 minggu.	Bencana alam gempa bumi.
Penolakan di sekolah dan Masyarakat	Kehalalan Vaksin
Keresahan dimasyarakat tentang keamanan vaksin.	Berita Hoax di Media Sosial tentang efek samping vaksin.

Dukungan

Pusat:

Surat Edaran dari:
- Menteri Kesehatan RI
- Menteri Pendidikan RI
- Menteri Agama RI
- Dirjen P2P Kementrian Kesehatan RI
- POLRI
- PKK
- MUI
- NU
- Muhamadiyah

Provinsi NTB:
- Surat Edaran gubernur tanggal 22 Januari 2018
- Pembentukan POKJA MR
- Surat dukungan dari Dinas Kesehatan Prov NTB
- Komitmen Bersama Dinas Kesehatan dengan MUI Kabupaten/Kota se NTB.
- Surat pemberitahuan dari Dinas Kesehatan tentang perpanjangan MR

3