ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KESEHATAN PROVINSI RIAU DALAM KAMPANYE PROGRAM PENGENDALIAN DAN PENCEGAHAN PENYAKIT (P2P) TB

NASKAH PUBLIKASI

Disarikan Dari Skripsi Yang Diajukan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Oleh

NOVIA AULINA

NIM : 14321140

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta

2018

Naskah Publikasi

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KESEHATAN PROVINSI RIAU DALAM KAMPANYE PROGRAM PENGENDALIAN DAN PENCEGAHAN PENYAKIT (P2P) TB

Disusun oleh

Novia Aulina

NIM 14321140

01 AUG 2018

Telah Disahkan Dosen Pembimbing Skripsi Pada Tanggal .....

Dosen Pembimbing Skripsi

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

NIDN 0505068902

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

Muzayin Nazaruddin, S.Sos., M.A.

NIDN 0516087901

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KESEHATAN PROVINSI RIAU DALAM KAMPANYE PROGRAM PENGENDALIAN DAN PENCEGAHAN PENYAKIT (P2P) TB

Novia Aulina
Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII

Nadia Wasta Utami, S.I.kom.,MA
Dosen Studi Ilmu Komunikasi FPBS UII

Abstract :

Contagious diseases is still a major health problem in Indonesia. One of the biggest and most infectious diseases discussed in Indonesia nowadays is Tuberculosis (TB). One of the most populous areas of TB is in Riau Province. Riauandalas.com wrote that based on Riau Health Service data at the end of 2015, Riau Province is one of the province that has highest TB patient that is 5,943 cases, causing Riau has dangerous status of TB. Not only that, from the data of the Provincial Health Office of Riau through the website Riau.go.id, TB patients in 2016 amounted to 40.8%. Until now, the phenomenon of TB disease is still increasing in Riau Province. So this phenomenon had a special attention from the government of Riau Province. The purpose of this research is to find out how the campaign strategy undertaken by the Riau Province Health Office in campaigning TB Control and Prevention Program (P2P) TB. The method used in this research is qualitative methods by taking data through interviews and direct research.

So the result of this research is a campaign conducted by the Riau Province Health Office is using communication strategy in campaign strategy. In its campaign strategy, Riau Province Health Office uses several communication strategies: communication strategy through event, communication strategy through program, communication strategy through message, communication strategy through media, and communication strategy through cooperation. In fact, there are supporting and inhibiting factors from communication strategy which conducted by Riau Provincial Health Office in TB campaign program (P2P). There are some supporting factor of it, first, the Optimal use of information media and publication. Media is a contributing factor in promoting campaign programs and gaining public attention. Second, the participation of the people who are interested in the campaign. Third, there are many forms of cooperation between the Riau Provincial Health Office and institutions that concentrate in the health sector. Fourth, the activation of various events. Fifth, the use of the message "TOSS TB Find TB Treat Until Healed" there is a change in attitude from the community. The inhibiting factors are the absence of collaboration with the national media, both online and conventional newspapers. Then it was difficult to establish communication with people who did not care about extension programs in some remote areas. This can provide prevention to the community with the communication strategy.

***Keywords** : communication strategy, Tuberculosis, campaign.*

Pendahuluan

Permasalahan penyakit menular di Indonesia saat ini masih menjadi masalah utama kesehatan di masyarakat. Penyakit menular ini terjadi hampir di semua negara berkembang sehingga angka kematian dalam hal ini relatif tinggi di mana dalam kurun waktu yang relatif singkat. Dua tahun terakhir ini Indonesia merupakan negara yang memiliki penyakit menular yang banyak diantaranya seperti DBD, TBC, Malaria, HIV/AIDS, Kusta, ISPA dan Diare. Penyakit menular ini disebabkan oleh sebuah virus atau bakteri yang dengan mudah dapat berpindah dari satu orang ke orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu penyakit menular yang terbesar dan ramai diperbincangkan yang terjadi di masyarakat Indonesia saat ini adalah *Tuberkulosis (TB)*. Setelah India, Indonesia tercatat sebagai salah satu negara dengan banyaknya jumlah penderita baru *TB* kedua di dunia. Hal ini menjadikan Indonesia rawan TB karena sebagai negara yang beriklim tropis kuman *Tuberkulosis* bisa mati apabila lama terkena sinar matahari.[1]

Di Indonesia sendiri fenomena penyakit menular TB yang paling rentan terjadi, salah satunya adalah di Provinsi Riau. Masalah penyakit yang masih banyak dan belum diketahui banyak masyarakat membuat masalah penanggulangan kesehatan saat ini masih menjadi masalah utama yang belum teratasi oleh Pemerintah Riau. Mulai dari rendahnya anggaran pemerintah untuk kesehatan hingga rendahnya tingkat kesadaran masyarakat Riau akan kebersihan dan kesehatan. Fenomena penyakit menular TB ini menjadi perhatian khusus dari pemerintah Provinsi Riau. Pasalnya berdasarkan pemberitaan media Riauandalas.com sesuai data Dinas Kesehatan Riau pada akhir tahun 2015 lalu, Provinsi Riau merupakan salah satu Provinsi penderita tertinggi TB yang mana telah terjadi 5.943 kasus, yang mengakibatkan Riau berstatus gawat TBC.[2]

Tuberkulosis (TB) merupakan penyakit yang disebabkan oleh bakteri tahan asam *(BTA) Mycobacterium Tuberculosa* sehingga TB juga merupakan penyakit menular yang mematikan.[3] Jika tidak segera ditindaklanjuti penyakit TB dapat menyebabkan kesakitan

[1] Lusia kus anna, "Ironi Negeri yang Melimpah Sinar Matahari", http://lifestyle.kompas.com/read/2017/01/10/140000623/ironi.negeri.yang.berlimpah.sinar.matahari (diakses 11 April 2017).

[2] Riauandalas.com, "Pekanbaru penderita teringgi TBC", http://www.riauandalas.com/pekanbaru-penderita-tertinggi-tbc/ (diakses 29 Maret 2017).

[3] Lailatul, Nur, Rohmah S, Azar Yoga Wicaksana, "Upaya Keluarga Untuk Mencegah Penularan Dalam Perawatan Anggota Keluarga dengan TB baru, '' Jurnal Keperawatan, Volume 6 (Juli, 2015), hal. 108-116.

selama jangka panjang, kecacatan serta kematian. Terkait dengan adanya kasus penderita TB ini, Riau termasuk gawat dan berbahaya karena di mana ditemukannya penderita tersebut akan rawan terjadinya penularan. Ditambah lagi dengan pola kehidupan masyarakatnya yang saat ini masih terhitung dibawah standar.

Menurut data dari Dinas Kesehatan Provinsi Riau penderita TB pada tahun 2016, dinyatakan pada website Dinkes provinsi Riau itu sendiri Riau.go.id, Bahwa kasus *BTA (+)* yang ditemukan atau *Case Detection Rate* sebesar 40,8% (4.265 kasus) dan angka *Case Notification Rate* semua kasus 99 per 100.000 dan *CNR BTA* Positif yaitu 65 per 100.000 serta *Success Rate* tahun 2015 yaitu 84% (target 88,5%).[4] Hingga sekarang, fenomena penyakit TB pun makin meningkat di Provinsi Riau. Sehingga perlu adanya upaya penanggulangan dari Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam mengatasi pencegahan penyakit menular TB tersebut. Berdasarkan pra penelitian yang sudah peneliti lakukan maka dalam penanggulangannya ini Dinas Kesehatan Provinsi Riau mengadakan kampanye program pengendalian dan pencegahan penyakit (P2P), dimana dengan adanya upaya program kampanye ini dilakukan untuk mengatasi permasalahan - permasalahan yang terjadi di masyarakat dalam menanggulangi penyakit menular TB.

Kampanye ini merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan sesuatu kepada khalayak. Dengan adanya kampanye tersebut maka digunakanlah suatu strategi komunikasi dalam mensukseskan upaya kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau. Berdasarkan penjelasan diatas peneliti merumuskan masalah yang terjadi dalam penelitian ini yaitu, *Bagaimana strategi komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam kampanye program pengendalian dan pencegahan penyakit (P2P) TB di Provinsi Riau.* Selain itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu, untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam mengkampanyekan program pengendalian dan pencegahan penyakit (P2P) TB. Serta mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat dari strategi komunikasi dalam kampanye Program Pengendalian dan Pencegahan Penyakit (P2P) TB yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau.

[4] Riau.go.id, https://www.riau.go.id/home/skpd/2017/03/17/2733-dinkes-provinsi-riau-bersama-dinkes-dan-pengurus-idi-kabkota-menandatangani-mou-dots (diakses 5 April 2017).

Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Untuk menunjang beberapa hal yang dibutuhkan dalam penelitian ini tentu akan membutuhkan pustaka terdahulu. Maka dari itu peneliti menggunakan penelitian terdahulu dengan beberapa penelitian.

a) Pertama, penelitian yang disusun oleh Hary Ramadani tahun 2012 yang berjudul *Strategi Komunikasi Kehumasan Dinas Kesehatan Pemerintah Kota Yogyakarta Dalam Mengkampanyekan Program Anti Rokok*. Perbedaan yang dimiliki dengan peneliti adalah dimana tema yang diambil berbeda. Tema dari penelitian terdahulu membahas mengenai kampanye Program Anti Rokok yang bertujuan meningkatkan kesadaran dan pengetahuan bagi khalayak untuk menarik perhatian masyarakat baik mereka perokok aktif maupun mereka perokok pasif. Sementara pada penelitian peneliti membahas mengenai kampanye pada Program Pengendalian dan Pencegahan Penyakit TB yang bertujuan memberikan pencegahan kepada masyarakat dalam menanggulangi penyakit menular TB ini

b) Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Polikarpus Manase Mana dan Hafied Cangara, dari jurnal KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin dengan judul penelitian *Strategi Komunikasi Kampanye Pengendalian Minuman Beralkohol (Perda Nomor 11 Tahun 2012) Oleh Pemerintah Kabupaten Sikk*a, Kampanye ini dilakukan dengan tema yang berbeda. Di mana tema ini membahas mengenai kampanye pengendalian minuman beralkohol berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2012 di Kabupaten Sikka yang bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Sikka, kemudian untuk mengetahui dan menjelaskan pelaksanaan kampanye sosialisasi pengendalian minuman beralkohol di Kabupaten Sikka, serta mengetahui dan menjelaskan faktor - faktor yang menghambat jalannya kampanye pengendalian minuman beralkohol.

c) Ketiga, penelitian oleh Devi Nurvina Ardi tahun 2012 dengan judul penelitian *Analisis Strategi Kampanye Kehumasan BKKBN Daerah Isimewa Yogyakarta*

Dalam Melakukan Sosialisasi Program Keluarga Berencana. perbedaan yang dimiliki dengan peneliti adalah di mana tema yang di ambil berbeda. Tema dari penelitian terdahulu membahas mengenai kampanye keluarga berencana yang bertujuan untuk meminimalisir angka kelahiran yang cukup tinggi di Indonesia, khususnya di Yogyakarta. Penelitian ini melakukan analisis dengan menggunakan strategi kampanye dengan media sebagai alat perantara komunikasi antara pemerintah dan masyarakat.

d) Keempat, Penelitian ini dilakukan oleh oleh Ariga Martianov dan Welly Wirman Tahun 2016 dari jurnal Online Mahasiswa Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan judul penelitian *Strategi Komunikasi Riau Vape Community Dalam Kampanye Anti Rokok Pada Usia Remaja Di Kota Pekanbaru*. Yang mana tema yang di ambil berbeda. Pada penelitian dalam jurnal ini tema yang di bahas mengenai kampanye anti rokok pada usia remaja yang dilakukan oleh Vape Community Riau.

e) Kelima, penelitian dari jurnal ilmiah di bidang Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Tribhuwana Tunggadewi yaitu penelitian yang disusun oleh Yuni Lasari, Sulih Indra Dewi dan Carmia Diahloka dengan judul penelitian *Strategi Komunikasi Duta HIV/AIDS Dalam Kampanye HIV/AIDS Di Kalangan Transgender Pada Ikatan Waria Malang.* Perbedaan dari penelitian ini adalah di mana objek dan subjek dalam penelitian ini berbeda. Objek dalam penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi dalam kampanye HIV/AIDS dan subjek dalam penelitian ini tertuju pada transgender pada ikatan waria.

2. Kerangka Konsep

a. Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah suatu perencanaan *(planning)* dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan.[5] Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai sebuah peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu

[5] Effendy Onong, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009) hal. 32

menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Dulu strategi dalam bahasa Yunani memiliki arti "The art of the general" atau yang lebih dikenal sebagai seni yang sering digunakan oleh para panglima saat berada dalam peperangan.[6] Namun seiring berjalannya waktu maka strategi tidak lagi digunakan dalam istilah perang melainkan sudah menjadi sebuah kata luas yang dapat kita dengar setiap hari. Adapun dalam melakukan strategi komunikasi ini terdapat paduan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi yang telah ditetapkan dalam mencapai sebuah tujuan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasional yang dijalankan secara praktis ketika harus bisa dilakukan, hal ini bergantung pada situasi dan kondisi.[7] Dari paduan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi dalam strategi komunikasi yang dilakukan terdapat beberapa proses di dalamnya yaitu:[8]

1. *Fact Finding* :Proses di mana mengumpulkan fakta dan data sebelum melakukan suatu kegiatan komunikasi.
2. *Planning* :Proses di mana fakta - fakta dan data yang telah didapatkan kemudian dikumpulkan agar dapat menghindari kegagalan dalam kegiatan komunikasi.
3. *Communication* :Dengan data yang telah dikumpulkan tersebut, maka tahapan selanjutnya adalah proses di mana mengkomunikasikan kepada khalayak sasaran.
4. *Evaluation* :Kemudian setelah kegiatan tersebut dilakukan, maka hal berikutnya adalah melakukan evaluasi.

Mengenai penjabaran strategi komunikasi yang di kemukakan oleh Onong Effendy diatas, menyatakan bahwa strategi komunikasi terdiri dari dua aspek, yaitu : pertama, secara makro *(Planned multi-media strategy).* kedua, secara mikro *(single communication medium strategy).* Dalam kedua aspek tersebut memiliki fungsi ganda, yakni: pesan komunikasi disebarkan secara luas yang bersifat informatif, persuasif, dan secara sistematis yang ditujukan kepada sasaran untuk memeperoleh hasil yang

[6] Drs. M Sumarsono MBA,et al., *Pendidikan Kewarganegaraan* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama 2006) hal. 139.

[7] Effendy Onong, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009) hal. 32

[8] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2008), hal. 67.

optimal. Dan di mana suatu program yang berasal dari satu produk yang dianggap baik dapat diterapkan dengan bagaimana strategi mengemas suatu informasi yang dikomunikasikannya.[9] Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques for Effective Communication* (dalam Effendy) menyatakan bahwa tujuan strategi komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu : pertama adalah *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Kedua, andaikata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimaannya itu harus dibina *(to establish acceptanace).* kemudian tujuan strategi komunikasi ketiga, pada akhirnya kegiatan tersebut *dimotivasikan (to motivate action).*[10]

Adapun untuk menetapkan suatu strategi, maka digunakan metode analisis strategi untuk perencanaan, Tujuan dilakukannya analisis adalah untuk menjelaskan permasalahan yang akan menjadi dasar dari program *Public Relations,* salah satunya dengan menerapkan model Analisis SWOT dengan mengelompokan faktor-faktor yang ada. Dimana Analisis SWOT ialah peralatan analisis yang bisa digunakan untuk mengukur antara lain:[11]

a. S = *Strengths* sebagai kekuatan - kekuatan yang dimiliki, misalnya yang mana kekuatan yang dimiliki dalam konteks industri tambang dan partai politik harus ada kekuatan internal yang dimiliki oleh perusahaan atau suatu organisasi.
b. W = Weakness sebagai kelemahan - kelemahan yang ada, yang mana kelemahan adalah komponen yang harus dianalisis dan memerlukan pembenahan yang bersifat internal organisasi atau perusahaan.
c. O = *Opportunities* sebagai peluang - peluang yang mungkin bisa diperoleh, yang mana peluang atau kesempatan yang bisa diperoleh untuk mendukung suatu usaha. Misalnya dari konteks politik, sebuah partai memiliki kekuatan massa yang mengakar di masyarakat, memiliki kader yang cerdas dan tangguh, punya dana abadi untuk partai, serta adanya kader yang mendudukin jabatan penting

[9] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2008), hal. 67.

[10] Effendy Onong, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009) hal. 32-35.

[11] Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 106

baik sektor swasta maupun dibidang pemerintahan legislatif yang memberi dukungan.

d. T = *Threats* sebagai ancaman - ancaman yang bisa ditemui, yang mana ancaman adalah faktor terakhir dan merupakan unsur luar yang harus dianalisis dengan baik. Karena faktor ini menetukan hidup matinya suatu organisasi, perusahan dan partai politik.

Dari empat komponen yang digunakan dalam Analisis SWOT maka komponen Kekuatan dan Kelemahan berada dalam ranah internal organisasi yang erat hubungannya dengan sumber daya dan manajemen organisasi. Sedangkan komponen Peluang dan Ancaman berada dalam ranah eksternal organisasi yang terjadi dari hasil dinamika dalam masyarakat serta banyak ditentukan oleh kemampuan komunikasi, jaringan, dan kerja sama dengan orang lain.[12]

b. Kampanye Kesehatan

Mengenai pembahasan komunikasi dengan kampanye dan kesehatan sudah menjadi suatu kajian yang tidak lepas dari usaha penyebaran pesan – pesan atau ide, gagasan serta inovasi kepada sejumlah besar orang. Pada hakikatnya kampanye merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang mana pada setiap kegiatannya kampanye selalu mempunyai tujuan yang hendak dicapai.

Pada umumnya jenis kampanye didasari oleh desakan untuk memperoleh kekuasaan politik tetapi ada juga kampanye dengan tujuan yang bersifat khusus dengan memiliki sudut pandang untuk perubahan sosial. Seperti kampanye sosial yang merupakan kampanye yang bertujuan untuk membenahi masalah - masalah sosial.[13] Kampanye sosial sendiri merupakan sebuah usaha yang dilakukan untuk menyebarluaskan pesan - pesan penting yang sangat diperlukan oleh banyak masyarakat.[14] Kampanye sosial ini juga disebut dengan jenis kampanye *Ideologically-*

[12] Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 106-109

[13] Venus Antar, *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2009).

[14] Prita Gemal Gani "Kampanye Sosial", *http://www.lspr.edu/pritakemalgani/kampanye-sosial/*, (Diakses 17 Mei 2017).

Oriented Campaigns yang mana jenis kampanye ini berorientasi pada tujuan – tujuan yang bersifat khusus dan seringkali menimbulkan perubahan sosial. Sehingga kampanye jenis ini dalam istilah Kotler disebut sebagai *social change campaigns*.[15] Di mana sebagai upaya komunikasi guna mewujudkan perubahan sosial atas permasalahan yang ada di dalam kelompok masyarakat.

Menurut Nowak dan Warneryd dalam bukunya *"A Model of A Communication Campaign"* tahun 1985 (dalam Ruslan), sebagaimana diuraikan oleh mereka bahwa kampanye komunikasi menggambarkan suatu proses atau unsur - unsur dalam kegiatan kampanye komunikasi dan memiliki suatu karakter normatif tertentu yang menyodorkan tentang rencana "Bagaimana sistematis kerja khusus dalam melaksanakan kampanye secara efektif".[16] Dalam *Model of Communication Campaign* ini direncanakan ke setiap unsur - unsur dalam kampanye yang saling terkait dan berhubungan erat satu sama lain. Dan jika terjadi perubahan terhadap salah satu elemen (unsur - unsur) maka dapat mempengaruhi unsur - unsur lainnya. Sehingga untuk mencapai suatu tujuan kampanye sebagaimana diharapkan hasilnya *(intended effect)*, pihak *Campaigner* (juru kampanye) berniat mengubah tujuannya *(obtained effect)*, maka pada akhirnya akan memepengaruhi unsur - unsur dalam proses dan tujuan kampanye komunikasi yang sudah direncanakan sebelumnya. Adapun unsur - unsur dari *Model of Communication Campaign* sebagai berikut:[17]

1. *Intended Effect*

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

2. *Competing Communication*

   Pada tahap ini dimana dalam mencapai efektivitas pelaksanaan kampanye tidak terganggu oleh persaingan atau komunikasi yang bertentangan.

---

[15] Venus Antar, *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2009), hal. 11

[16] Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), hal. 126

[17] Ibid, hal 129 - 131

3. *Communication Object*

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

4. *Target Population and The Receiving Group*

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

5. *Channel*

Tahap ini sebagai catatan bahwa berbagai perbedaan bentuk atau jenis dari saluran komunikasi yang terkait erat dengan beragai macam pesan, dan perbedaan khalayak sebagai sasaran suatu kampanye.

6. *Message*

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

7. *The Communicator*

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

8. *Obtained Effect*

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

Selain itu, kampanye sosial yang membahas tentang penyakit dan perubahan sosial ini juga termasuk ke dalam bidang komunikasi kesehatan. komunikasi kesehatan berkaitan dengan konsep kesehatan masyarakat, terutama bahasan tentang informasi kesehatan atau promosi kesehatan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme ini karena di mana paradigma konstrukvisme meletakan suatu pengamatan dan objektifitas dalam menemukan suatu ilmu

pengetahuan. Seperti yang dikemukakan Dedy N. Hidayat (dalam Hasrullah) paradigma konstruktivisme memandang ilmu sosial sebagai suatu analisis yang sistematis terhadap "socially meaningful action" melalui pengamatan langsung secara terperinci terhadap suatu pelaku sosial dalam setting kehidupan sehari – hari yang wajar dan alamiah, bagaimana para pelaku yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka.[18]

Kemudian dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, yaitu peneliti memaparkan langsung dan menggambarkan satu persatu dari apa yang peneliti teliti serta data tersebut berupa teks. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara pada narasumber langsung. Penelitian ini telah dilakukan kurang lebih selama 4 bulan terhitung September - Desember pada akhir tahun 2017. Hal ini meliputi pengumpulan data hingga penyusunan data dalam kurun waktu 4 bulan tersebut. Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Kesehatan Provinsi Riau yang berada di Jl. Jadirejo, Pekanbaru Kota, Riau. Dalam penelitian ini pemilihan narasumber menggunakan teknik purposive sampling yaitu dengan memilih narasumber yang ada dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang dibutuhkan.[19] Hal ini meliputi pengumpulan data hinngga penyusunan data dalam kurun waktu 2 bulan tersebut.

Hasil Pembahasan

A. Kampanye Kesehatan Program Pengendalian dan Pencegahan Penyakit (P2P) TB di Provinsi Riau

Fenomena penyakit menular TB memang menjadi perhatian khusus di pemerintah Provinsi Riau. Pasalnya pada bab pertama telah dijelaskan bahwa berdasarkan pemberitaan melalui media Riauandalas.com sesuai data Dinas Kesehatan Provinsi Riau, Provinsi Riau merupakan salah satu Provinsi penderita tertinggi *Tuberculosis*. Dari data Dinas Kesehatan Provinsi Riau melalui website Riau.go.id, penderita TB pada tahun 2015 ditemukan sebesar 84%, dan tahun 2016 sebesar 40,8%. Hingga sekarang fenomena penyakit TB pun makin meningkat di Provinsi Riau.

[18] Hasrullah, *Dendam Konflik Poso (Periode 1998-2001) Konflik Poso Dari Perspektif Komunikasi Politik* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal. 55

[19] Ulber Silalahi, Metode Penelitian Sosial (Bandung: PT. Refika Aditama, 2009), hal. 272

Untuk itu seiring berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi maka berkembang pula pola pikir manusia dengan menciptakan inovasi - inovasi yang baru. Maka Dinas Kesehatan Provinsi Riau pun melakukan Kampanye dalam menanggulangi penyakit menular *Tuberkulosi*s ini. Kampanye dan kesehatan ini sudah menjadi suatu kajian yang tidak lepas dari usaha penyebaran pesan – pesan atau ide, gagasan serta inovasi kepada sejumlah besar orang.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model kampanye komunikasi sesuai dengan *Model of Communication Campaign* menurut Rosadi Ruslan yang mana terdapat penjelasan unsur - unsur dalam suatu kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau. Bentuk perencanaan setiap unsur - unsur dalam kampanye saling terkait dan berhubungan erat satu sama lain. Adapun unsur - unsur dari *Model of Communication Campaign* sebagai berikut[20]:

1. Intended Effect

Tahap ini merupakan hasil suatu kampanye yang diharapkan melalui permasalahan dalam pelaksanaan tujuan kampanye komunikasi dalam memperkirakan akhir dari keberhasilan kampanye atau tidaknya. Dari penelitian yang dilakukan ditemukan data bahwa hasil kampanye yang diharapkan dilihat dari masyarakat. Baik itu melalui penemuan secara aktif maupun penemuan secara pasif dalam ditemukannya pasien penderita TB agar bisa lebih menjaga kesehatan dan lebih peduli lagi dengan penyakit menular TB, sehingga adanya efek yang diberikan dengan kegiatan kampanye ini yang mana dapat mengurangi tingkat presentase penderita aktif pasien TB dalam gerakan Keluarga Menuju Indonesia Bebas *Tuberkulosis* yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada masyarakat yang mengikuti kegiatan kampanye TB salah satunya dengan Iil, ia mengungkapkan perasaan senang dengan adanya kampanye TB ini, serta mendapatkan efek yang sangat bagus kepada ia sebagai masyarakat, kemudian banyaknya partisipasi dari masyarakat yang mengikuti kegiatan kampanye ini, hal ini menunjukan perubahan sikap yang positif kepada masyarakat, bahwa masyarakat peduli akan TB. Kampanye yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Riau bertujuan meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sasaran (target audience) untuk menarik perhatian masyarakat baik mereka pasien yang aktif

[20] Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), hal. 126.

TB maupun mereka pasien yang positif TB, sehingga menumbuhkan persepsi dan opini yang positif terhadap suatu kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau mulai dari masyarakat umu dan keluarga.

2. Competing Communication

Pada tahap ini dimana dalam mencapai efektivitas pelaksanaan kampanye tidak terganggu oleh persaingan atau komunikasi yang bertentangan. Dari data yang ditemukan bahwa dalam mencapai efektivitas pelaksanaan kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau tidak adanya persaingan, dimana Dinas Kesehatan Provinsi Riau merupakan suatu intansi pemerintah Provinsi Riau yang menaungi segala bentuk kesehatan yang ada di daerah Riau. Untuk menanganin masalah kesehatan memang sudah seharusnya Dinas Kesehatan yang melakukannya untuk itu Dinas Kesehatan Provinsi Riau memgambil peran khusus dalam melakukan berbagai kegiatan kampanye.

3. Communication Object

Tahap ini merupakan dimana biasanya suatu kampanye memiliki tujuan dan tema utama. Dalam penelitian ini ditemukan data bahwa Dinas Kesehatan Provinsi Riau juga memiliki tujuan dan tema utama dalam melakukan kampanye seperti kampanye TB DAY "Toss TB Temukan TB obati Sampai Sembuh". untuk mengkomunikasikan kampanye kepada masyarakat Dinas Kesehatan menyampaikan melalui pesan yang bersifat persuasif dan edukasi. Kemudian juga dalam kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau ini berbagai kegiatan yang dilaksanakan dengan melalui *event* TB Day dengan mengajak masyarakat untuk stempel tangan diatas spanduk yang dibentangakn sepanjang 1 kilometer dengan cat warna - warni, kemudian dalam *event* TB Day ini adapun rangkain kegiatan didalamnya seperti *flash mob*, perlombaan teater, serta pameran yang berkaitan dengan TB. Selanjutnya dalam melaksanakan program kampanye Dinas Kesehatan menggunakan media komunikasi secara langsung dengan mengadakan penyuluhan - penyuluhan ke Puskesmas, juga dalam melakukan program Gerakan Kader Ketuk Pintu Dinas Kesehatan secara langsung mendatangi rumah - rumah warga, serta juga menggunakan media cetak dan media baru dalam mengkomunikasikan kampanye TB ini secara tidak langsung, Dinas Kesehatan Provinsi Riau juga melakukan bentuk kerjasama dengan Lintas Program dan Lintas Sektor dalam menanggulagi penyakit menular TB ini.

4. Target Population and The Receiving Group

Tahap ini merupakan dimana khalayak atau penduduk sebagai sasaran dari tujuan kampanye harus jelas, termasuk mengetahui kelompok masyarakat seperti anak - anak, orang dewasa, serta orang tua dan tokoh masyarakat seperti pihak puskesmas sebagai komunikan *(receiver),* yang mana target sasaran dalam kampanye ini adalah masyarakat. Dalam penelitian ini dari data yang ditemukan bentuk kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam mendukung pembinaan, dan dalam pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, dapat menyangkut aktivitas komunikasi serta kerjasama yang melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan atau permasalahan yang bertindak sebagai sistem peringatan dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan sebagai sarana utama. Berkaitan dengan hal tersebut, aktivitas Humas (promosi kesehatan) Dinas Kesehatan Provinsi Riau dapat terintegrasi dalam sebuah program kampanye. Kampanye yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Riau bertujuan meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sasaran (target audience) untuk menarik perhatian masyarakat baik mereka pasien yang aktif TB maupun mereka pasien yang positif TB, sehingga menumbuhkan persepsi dan opini yang positif terhadap suatu kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau mulai dari masyarakat umur dan keluarga.

5. Channel

Tahap ini sebagai catatan bahwa berbagai perbedaan bentuk atau jenis dari saluran komunikasi yang terkait erat dengan beragai macam pesan, dan perbedaan khalayak sebagai sasaran suatu kampanye. Dalam penelitian ini dari data yang ditemukan bahwa Dinas Kesehatan Provinsi Riau memilih dua saluran komunikasi yaitu komunikasi secara langsung dan komunikasi secara tidak langsung.

1. Komunikasi Langsung

   Dari hasil penelitian, Dinas Kesehatan Provinsi Riau menggunakan komunikasi langsung dengan melakukan kegiatan tatap muka *(face to face*) secara langsung seperti melakukan program penyuluhan - penyuluhan ke masyarakat, sosialisasi pengendalian TB untuk petugas puskesmas serta masyarakat, pelatihan - pelatihan untuk Dokter Praktek Mandiri, kemudian melakukan program Gerakan Kader Ketuk Pintu yang secara langsung mendatangi rumah warga untuk menemukan pasien

penderita TB, juga melakukan kegiatan TB Day melalui *event* seperti *flash mob*, perlombaan, pameran, juga pembinaan, pertemuan lintas sektor dan lintas program dalam penanggulangan TB. Dengan melalui komunikasi tatap muka *(interpersonal)* yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau dapat mempengaruhi perilaku masyarakat secara langsung.

2. Komunikasi Tidak langsung

1) Below The Line

Dinas Kesehatan Provinsi Riau juga menggunakan komunikasi tidak langsung untuk menginformasikan dan mengkomunikasikan kegiatan yang dilaksanakan dengan menyebarkan leaflet - leaflet yang berisi informasi seputar TB. Kampanye ini juga melakukan publikasi melalui media online seperti website, instagram, facebook dan youtube, serta menggunakan media cetak seperti baliho dan spanduk. Kemudian tahun 2017 ini Dinas Kesehatan juga berinovasi dengan penggunaaan SMS sebagai media kampanye. Pihak Dinas Kesehatan juga menggunakan media dalam bentuk poster dan stiker tentang terkait informasi TB yang disebarkan dan dibagikan kemasyarakat.

2) Above The Line

Dinas Kesehatan Provinsi Riau menggunakan media Televisi dan radio sebagai Iklan Layanan Masyarakat yang berisi informasi tentang penyakit *Tuberkulosis* dalam pencegahan dan pesan persuasif di dalamnya. Yang mana dalam media Televisi bentuk penyuluhan yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Riau ke masyarakat melalui *running teks* dengan *channel* Riau TV. Melalui Televisi dan Radio Dinas Kesehatan Provinsi Riau juga melakukan talkshow - talkshow yang membahas seputar TB. Dinas Kesehatan Provinsi Riau menganggap hal ini untuk mencapai tujuan dengan menarik perhatian target sasaran.

6. Message

Penting bagi Dinas Kesehatan Provinsi Riau untuk mengembangkan suatu pesan. Tahap ini telah dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Riau salah satunya dengan cara mengemas pesan. Agar program dapat diterima masyarakat, Dinas Kesehatan pun

memperhatikan pemilihan pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat. Adapun pesan yang dibuat untuk masyarakat salah satunya disampaikan lewat "Toss TB Temukan TB Obati Sampai Sembuh". Pesan ini dibuat untuk meningkatkan kesadaran dan peran masyarakat dalam mendukung Gerakan Keluarga Menuju Indonesia Bebas Tuberkulosis melalui aksi gerakan TOSS TB.

Temukan Tuberkulosis Obati Sampai Sembuh atau yang disingkat dengan TOSS TB adalah pesan sekaligus kegiatan nyata di masyarakat melalui penemuan secara aktif dan pasif yang juga mendorong pasien TB yang sedang berobat untuk berobat hingga sembuh, sehingga pesan ini bersifat persuasif yang mana dapat mempengaruhi perilaku masyarakat serta diharapkan dapat mengubah suatu pola tindakan kepada masyarakat. Kemudian dalam kampanye TB ini pesan yang disampaikan juga menjelaskan mengenai kebijakan terbaru dalam tata laksana pengobatan TB serta informasi obat gratis dan sebagainya. Adapun pesan lainnya yaitu pesan yang bersifat edukasi tentang penyakit TB di mana pada pesannya masyarakat mengetahui gejala TB yang pengobatannya harus dilakukan sampai selesai. Selain pemilihan pesan, pemilihan bahasa pun digunakan Dinas Kesehatan Provinsi Riau untuk dapat menyampaikan pesan yang bisa diterima masyarakat Riau.

7. The Communicator

Selain menentukan pesan, komunikator juga dipilih dalam menyampaikan suatu pesan atau komunikasi dalam kampanye, seorang komunikator selain memiliki keahlian, dan kemampuan juga menjadi kepercayaan serta aktraktif di mata khalayak. Dari penelitian yang dilakukan dari data yang ditemukan untuk menyampaikan suatu pesan dalam kampanye pihak Dinas Kesehatan Provinsi Riau menetapkan Rozita selaku Kepala Seksi Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat sebagai komunikator yang tepat, juga dibantu oleh Pengelola Program TB. Selain itu dalam menyampaikan pesan melalui sebuah media, pihak Dinas Kesehatan Provinsi Riau juga menetapkan Rozita karena sebagai humas (promosi kesehatan) juga dipercaya sebagai komunikator dalam mempromosikan program kampanye TB. Pihak Dinas Kesehatan Provinsi Riau memilih mereka sebagai komunikator karena mereka memiliki tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya, kemudian mereka memiliki daya tarik, serta mereka juga memiliki kekuatan melalui argumentasinya. Maka dalam menyampaikan pesan

yang ingin disampaikan melalui komunikator yang tepat dapat diperhatikan oleh pihak publiknya.

8. Obtained Effect

Dalam penelitian yang dilakukan dari data yang ditemukan dalam kampanye Dinas Kesehatan Provinsi Riau ini dapat mempengaruhi efek yang baik terhadap masyarakat. Yang mana efek ini bersifat *kognisi*, seperti dimana dalam melakukan kampanye program (P2P) TB yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau melalui program Gerakan Kader Ketuk Pintu dari hasil wawancara peneliti dengan Iil, mengatakan bahwa ia sebagai masyarakat mendapatkan efek yang positif dimana peningkatan pengetahuan tentang penyakit menular Tuberkulosis ini menjadi bertambah dengan adanya penyuluhan dan sosialisai, juga adanya media yang dilakukan. sehingga hal ini menjadi perhatian khusus dari masyarakat. Kemudian efek yang ditimbulkan bersifat *afeksi* dimana dalam kampanye TB Day Dinas Kesehatan Provinsi Riau melakukan kegiatan kampanye melalui *event.* Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada masyarakat yang mengikuti kegiatan kampanye TB, ia mengungkapkan perasaan senang dengan adanya kampanye TB ini, dengan banyaknya partisipasi dari masyarakat yang mengikuti kegiatan kampanye ini, hal ini menunjukan perubahan sikap yang positif kepada masyarakat, bahwa masyarakat peduli akan TB. Serta menimbulkan efek yang bersifat *konasi,* dimana dalam pelaksanaan kampanyenya pihak Dinas Kesehatan Provinsi Riau juga mendapatkan efek yang positif dengan terjalinnya kerja sama dengan berbagai banyak pihak serta juga memelihara dan meciptakan kerja sama antara yang melakukan kampanye TB dengan masyarakat yang sadar akan bahayanya penyakit menular *Tuberkulosis.*

B. Strategi Komunikasi Pada Kampanye Program Pengendalian dan Pencegahan Penyakit (P2P) TB

Dengan Kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam menciptakan inovasi - inovasi yang baru maka untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas sebuah organisasi dibutuhkan strategi komunikasi yang dapat menghasilkan kuantitas dan kualitas yang diinginkan agar tercapainya suatu tujuan. Dalam penanggulangannya ini Dinas Kesehatan Provinsi Riau menggunakan strategi komunikasi dalam mengkampanyekan Program Pengendalian dan Pencegahan Penyakit (P2P) TB.

Dalam melalukan strategi komunikasi ini terdapat paduan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi yang mana memakai teori yang dikemukakan oleh Onong Effendy dengan beberapa proses di dalamnya yaitu dimulai dengan *Fact Finding* (penemuan fakta*), Planning* (perencanaan), *Communication & Action* (komunikasi), *Evaluation* (evaluasi).[21]
Adapun proses strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi Melalui *Event*

a. Fact finding

Dari hasil penelitian ini strategi komunikasi melalui *event* dapat dijelaskan menggunakan *Fact Finding*, yang mana Dinas Kesehatan Provinsi Riau melakukan riset sebagai langkah awal dalam mengumpulkan fakta dan data sebelum melakukan suatu kegiatan komunikasi. Dalam penelitian ini dari data yang peneliti temukan Dinas Kesehatan Provinsi Riau sudah mengidentifikasi beberapa masalah yang ada di Provinsi Riau diantaranya:

1) Kurangnya inovasi dalam melakukan suatu strategi. Masalah ini dilihat dari penilaian Dinas Kesehatan sendiri karena sebelumnya hanya melakukan sosialisasi saja sehingga tidak berdampak kepada masyarakat, tetapi sekarang kepala seksi Promosi Kesehatan mengubah mindset promosi kesehatan dengan memberikan inovasi dan kreatifitas yang berdampak kepada masyarakat.

2) Masyarakat kurang memahami dari sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan. Masalah ini dilihat dari penilaian masyarakat bahwa sosialisasi kampanye menggunakan cara yang kurang menarik dan hal ini dianggap biasa oleh mereka.

Masalah point diatas merupakan hasil fakta dan data yang ditemukan sebelumnya maka langkah berikutnya melakukan perencanaan.

b. Planning

Setelah mengumpulkan fakta dan data yang didapatkan maka tahap berikutnya melakukan perencanaan *(planning)* yang mana perencanaan dibuat agar menghindari kegagalan dalam kegiatan komunikasi. Dalam penelitian ini Dinas Kesehatan Provinsi

[21] Onong Uchjana Effendy, Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2008), hal. 6

Riau membuat suatu perencanaan dengan langkah awal dari mengumpulkan data - data yang ada di lapangan, dari data yang ditemukan tersebut maka dibuatlah suatu perencanaan dalam bentuk *event* untuk mengkampanyekan program (P2P) TB ini. Kemudian dalam perencanaan *event* ini terdapat bentuk kegiatan di dalamnya seperti TB DAY, atau hari TB sedunia. Yang mana sebagai momen untuk meningkatkan komitmen dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengendalian TB. Dalam *event* TB DAY ini pihak Dinas Kesehatan Provinsi Riau mengajak masyarakat untuk enyahkan TB dengan melakukan stempel tangan di atas spanduk yang dibentangkan sepanjang 1 kilometer dengan cat warna - warni sepanjang jalan Diponegoro Pekanbaru, Riau. Dalam *event* TB DAY ini terdapat beberapa rangkaian kegiatan didalamnya seperti *Flash mob*, Pameran dan Perlombaan. Kegiatan *flash mob* ini dimana Dinas Kesehatan Provinsi Riau mengajak masyarakat menari bersama dengan tujuan bahwa untuk ikut peduli TB. Dinas Kesehatan juga mengadakan pameran yang berkaitan dengan TB. Serta perlombaan seperti lomba teater yang berkaitan dengan TB. Kemudian dari data yang di dapat dalam perencanaan kegiatan *event* ini Dinas Kesehatan Provinsi Riau membuat bentuk kerjasama dengan menggandeng 300 mahasiswa kesehatan yang tergabung dalam organisasi IPM-Kesri (Ikatan Pemuda Mahasiswa Kesehatan Riau) serta antara pemerintah, swasta kali ini bergandengan dengan PT Pegadaian Wilayah II Pekanbaru. Perencanaan yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau ini agar dapat merangkul masyarakat untuk ikut peduli TB dan bersama bergandengan tangan bergerak serentak membebaskan Riau dari *Tuberkulosis*. Setelah menyiapkan suatu perencanaan maka selanjutnya bagaimana mengkomunikasikan kepada khalayak sasaran.

c. Communication & Action

Dengan perencanaan yang telah disiapkan, maka tahapan selanjutnya adalah proses di mana mengkomunikasikan kepada khalayak sasaran. Dari penelitian yang dilakukan maka ditemukan bagaimana Dinas Kesehatan Provinsi Riau meriset tentang siapa yang akan menjadi target sasaran. Untuk menentukan target sasaran dalam melakukan strategi komunikasi melalui *event* ini yaitu Dinas Kesehatan Provinsi Riau menargetkan masyarakat dari semua umur dan tidak ada batasan umur mulai dari anak - anak, orang dewasa, serta orang tua. Sehingga untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat Dinas Kesehatan Provinsi Riau melakukan strategi komunikasi secara langsung kepada

masyarakat melalui pembacaan komitmen bersama untuk peduli TB dengan koordinator acara yaitu Rozita sebagai kepala promosi kesehatan (humas) Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam melakukan kampanye TB DAY. Kemudian dari data yang didapat Dinas Kesehatan Provinsi Riau juga secara langsung mengajak masyarakat ikut serta dalam kegiatan TB Day untuk membubuhkan stempel tangan, juga membagikan merchandise seperti pin baju dan goodie bag pada saat kegiatan kampanye TB DAY.

d. Evaluation

Setelah kegiatan tersebut dilakukan, maka tahapan berikutnya adalah melakukan evaluasi. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa untuk terus menggerakan kampanye ini maka Dinas Kesehatan Provinsi Riau juga melihat partisipasi masyarakat yang menjadi evaluasi. Dalam penelitian yang dilakukan dari data yang ditemukan bahwa pihak Dinas Kesehatan merasa sudah cukup berhasil untuk mengkampanyekan *event* TB DAY ini baik dalam perencanaan maupun pelaksanaan yang dilakukan dan sasaran yang tujukan juga sudah tepat melihat antusias masyarakat dengan diadakannya kegiatan *event* TB DAY ini seperti kegiatan *flash mob*, perlombaan, serta pameran yang diadakan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau. Hal ini di dapat dari data melalui wawancara langsung dengan masyarakat yang mengikuti kegiatan *event* tersebut yaitu Iil, ia mengatakan bahwa kegiatan *event* yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau ini sangat meriah dan sangat menarik sekali, karena kegiatan ini mendapat *reward* yang sangat baik oleh ia sebagai masyarakat. Kemudian dalam evaluasinya, dalam pencapaian pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pihak Dinas Kesehatan Provinsi Riau merasa sudah optimal sesuai dengan pendekatan - pendekatan yang mereka lakukan. Beberapa hal pun juga di katakan oleh para responden, seperti Dinas Kesehatan Provinsi Riau berhasil mendekatkan diri dengan cara mereka, dengan gaya dan zaman modern sekarang seperti gaya bicara dalam menyampaikan kampanye menjadi daya tarik utama bagi masyarakat sehingga masyarakat juga senang dengan aktivitas kegiatan *event* tersebut.

2. Strategi Komunikasi Melalui Program

a. Fact finding

Dalam penelitian ini dari data yang peneliti temukan Dinas Kesehatan Provinsi Riau mengumpulkan fakta dari beberapa masalah sebelumnya yang ada di Provinsi Riau yaitu :

1. Ditemukan dari data terdahulu pada tahun 2015, banyak masyarakat Provinsi Riau yang menderita penyakit menular salah satunya kasus *Tuberkulosis.* Masalah ini dilihat dari data sebelumnya serta banyaknya pemberitaan di media salah satunya melalui media Riauandalas.com dan Riau.go.id yang mana kasus TB merupakan kasus yang paling banyak ditemukan di Provinsi Riau.

2. Kemudian fakta lainnya dari data yang di dapat, kurangnya kepedulian masyarakat terhadap kesehatan. Hal ini dilihat dari masalah perilaku masyarakat yang tidak peduli dengan penyakit - penyakit menular, sehingga Dinas Kesehatan Provinsi Riau sulit mengendalikan penyakit ini.

Dari fakta dan data yang ditemukan sebelumnya maka langkah berikutnya melakukan perencanaan.

b. Planning

Setelah mengumpulkan fakta dan data yang di dapat maka tahap selanjutnya bagaimana membuat suatu perencanaan dalam program kampanye TB yaitu dalam penelitian ini Dinas Kesehatan Provinsi Riau membuat suatu perencanaan dengan langkah awal dari mengumpulkan data - data yang ada di lapangan, yang kemudian data direkap dibuatkan suatu laporan yang rinci untuk planning selanjutnya. Kemudian pihak Dinas Kesehatan juga menentukan berapa banyak petugas dari dokter program, maupun lab di FKTP (Fasilitas Pelayanan Kesehatan Tingkat Pertama) atau FKTL (Fasilitas Pelayanan Kesehatan Tingkat Lanjutan) dan juga menentukan berapa jumlah total dalam perencanaan kebutuhan, juga pihak Dinas Kesehatan menentukan banyaknya pengobatan logistik obat - obatan yang diberikan secara gratis untuk dibagikan ke masyarakat kabupaten kota dan ke puskesmasnya.

Dalam perencanaannya Dinas Kesehatan Provinsi Riau juga membuat suatu pelatihan penanggulangan penyakit menular untuk para dokter dalam mensosialisasi kampanye program (P2P) TB ini. Sehingga, perencanaan program yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Riau ini dapat terlaksana. Adapun program - program yang telah terencana tersebut yaitu program penyuluhan - penyuluhan ke masyarakat salah satunya penyuluhan tentang *Tuberkulosis* di Puskesmas Melur. Kemudian dari data yang ditemukan melalui wawancara langsung dengan Dwi sebagai Pengelola Pemegang Program TB, ia

mengatakan adapun program yang dilakukan lainnya yaitu Program Pelatihan Kader yang sejauh ini sudah terbentuk di 12 Kabupaten Kota. Hal serupa juga disampaikan Dwi bahwa ada juga program kesehatan yaitu Gerakan Kader Ketuk Pintu, yang mana Gerakan Kader Ketuk Pintu ini gerakan secara komprehensif yang akan memeriksa kondisi kesehatan lingkungan di rumah dalam menemukan penderita TB dengan mendatangi rumah - rumah warga atau masyarakat. Adapun gerakan kesehatan lainnya pemegang program TB Dinas Kesehatan Provinsi Riau juga membuat program Gerakan Masyarakat Menuju Indonesia Bebas *Tuberkulosis*, program ini dibuat untuk mengetahui cara pencegahan TB melalui PHBS (Prilaku Hidup Bersih dan Sehat). Juga ada program TipeTenis, program ini dibuat untuk memudahkan pemeriksaan pasien agar cukup melakukan pemeriksaan di puskesmas tanpa harus kerumah sakit. Kemudian yang bertanggung jawab dalam perencanaan ini adalah kepala bidang, pemegang eselon tiga dan empat serta pengelola programnya. Perencanaan ini disusun oleh pihak Dinas Kesehatan Provinsi Riau secara baik untuk keberhasilan berlangsungnya kampanye penanggulangan program (P2P) TB. Setelah menyiapkan suatu perencanaan maka selanjutnya bagaimana mengkomunikasikan kepada khalayak sasaran.

c. Communication & Action

Setelah menyiapkan perencanaan, maka tahap berikutnya bagaimana mengkomunikasikan kepada khalayak sasaran. Dalam penelitian ini dari data yang di dapat Dinas Kesehatan Provinsi Riau menetapkan target sasaran yaitu masyarakat. Dalam strategi komunikasi melalui program yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Riau ini, pihak Dinas Kesehatan menggunakan komunikasi secara langsung melalui sosialisasi dan penyuluhan kepada masyarakat hal ini dilihat dari data Dinas Kesehatan mengadakan penyuluhan di Puskesmas Melur. Dinas Kesehatan juga berdialog dengan masyarakat dan *stakeholder* lainnya dalam menyampaikan program kampanye yang dibuat. Dinas Kesehatan Provinsi Riau juga melakukan komunikasi secara tidak langsung melalui media cetak seperti leaflet yang dibagikan kemasyarakat pada saat mensosialisasikan program kampanye TB.

d. Evaluation

Setelah kegiatan tersebut dilakukan, maka tahapan berikutnya adalah melakukan evaluasi. Dinas Kesehatan Provinsi Riau melakukan evaluasi di mana Kepala Seksi P3M (Pengendalian Penyakit Menular) memanggil beberapa staff bagian dari kampanye program (P2P), kemudian bagian dari pengelola program, serta beberapa orang Kabupaten dan pihak - pihak yang terkait dengan kampanye program (P2P) TB yang dilakukan untuk mengetahui hasil kegiatan maka dilakukan monitoring evaluasi. Dalam kampanye ini pihak Dinas Kesehatan merasa sudah cukup berhasil untuk mengkampanyekan program (P2P) TB ini baik dalam perencanaan maupun pelaksanaan yang dilakukan dan sasaran yang tujukan juga sudah tepat melihat antusias masyarakat dengan diadakannya program (P2P) TB ini. Dinas Kesehatan juga mengevaluasi masalah keterbatasan jumlah SDM karena banyaknya peraturan pergub untuk anggaran sehingga apa yang diinginkan terkadang tidak sesuai rencana.

Kemudian dalam evaluasinya Dinas Kesehatan Provinsi Riau juga melakukan survey singkat kepada masyarakat, karena hal tersebut dapat memberikan manfaat yang maksimal. Hal ini ditemukan dari data wawancara langsung dengan pihak pendukung yaitu Wiwit selaku Dokter Puskesmas di Kabupaten Kuansing, ia mengatakan bahwa dengan adanya program kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau mendapatkan pengaruh yang besar terhadap masyarakat. Masyarakat merasa terbantu dengan adanya program kampanye ini karena program ini bisa menjaring masyarakat yang terkena penyakit TB.Kemudian ia juga mengatakan bahwa dengan adanya penyuluhan program kampanye ini pihak puskesmas dapat mengetahui atau bisa menjaring lebih banyak lagi pasien penderita TB. Hal ini juga di dapat dari data wawancara dengan Iwan masyarakat Kabupaten Kuansing yang mengikuti penyuluhan tentang TB, menurutnya dengan adanya penyuluhan yang pernah dilakukan ia sebagai masyarakat menjadi paham akan bahayanya penyakit TB ini. Melihat hasil evaluasi survey yang dilakukan kepada masyarakat maka tahapan kampanye dapat memberikan manfaat yang maksimal.

3. Strategi Komunikasi Melalui Pesan

a. Fact Finding

Begitu juga dengan pesan yang digunakan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau, yang mana dalam penelitian ini dari data yang peneliti temukan Dinas Kesehatan Provinsi Riau mengumpulkan fakta dari beberapa masalah sebelumnya yaitu melalui data wawancara langsung dengan Rozita sebagai promosi kesehatan atau (humas), ia mengatakan bahwa dulu dalam menyampaikan pesan, pihak Dinas Kesehatan menggunakan cara yang flet sehingga tidak mendapatkan perubahan terhadap masyarakat. Hal ini dilihat dari penilaian masyarakat yang mana pola pesan yang dikemas tidak menarik serta penggunaan istilah - istilah yang sulit dimengerti. Kemudian juga kurangnya faktor budaya dalam membuat pesan yang ingin disampaikan. Sehingga pihak promkes mengubah maindset orang - orang Dinas Kesehatan dengan cara menggunakan bahasa yang dapat dimengerti oleh khalayak ramai, serta dikemas dengan menarik dan informasi-informasi tersebut dalam format yang sederhana, tidak terlalu panjang, dan mudah untuk dimengerti.

b. Planning

Setelah mengumpulkan fakta dan data yang di dapat maka tahap selanjutnya bagaimana membuat perencanaan dalam menentukan pesan yang akan dibuat. Dalam penelitian ini Dinas Kesehatan Provinsi Riau menentukan bagaimana pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat. Hal ini di dapat dari data wawanacara dengan Rozita sebagai Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat, ia mengatakan untuk TB pesan yang dibuat bagaimana penderita Tuberkulosis paru mendapat pengobatan secara standar. Adapun bunyi pesan yang dibuat untuk masyarakat salah satunya disampaikan lewat “Toss TB Temukan TB Obati Sampai Sembuh”. pesan ini bersifat persuasif, yang mana pesan ini dibuat untuk mengajak masyarakat meningkatkan kesadaran dan peran masyarakat dalam mendukung Gerakan Keluarga Menuju Indonesia Bebas Tuberkulosis melalui aksi gerakan TOSS TB. Dalam kampanye TB pesan yang disampaikan juga menjelaskan mengenai kebijakan terbaru dalam tata laksana pengobatan TB serta informasi obat gratis dan sebagainya. Pesan lainnya juga disampaikan oleh Dwi selaku Pengelola Pemegang Program TB melalui wawancara langsung, bahwa ada juga pesan yang bersifat edukasi dimana pada pesannya masyarakat mengetahui gejala TB yang pengobatannya harus dilakukan sampai selesai. Selain pemelihan pesan, Dinas Kesehatan

Provinsi Riau juga menggunakan pemilihan bahasa daerah untuk dapat menyampaikan pesan yang bisa diterima masyarakat Riau.

c. Communication & Action

Setelah membuat perencanaan, maka selanjutnya mengkomunikasikan pesan kepada masyarakat. Dalam penelitian ini Dinas Kesehatan Provinsi Riau menggunakan komunikasi secara langsung seperti berdialog bersama masyarakat dalam menyampaikan pesan TOSS TB pada saat kampanye, kemudian Dinas Kesehatan juga menggunakan komunikasi secara tidak langsung dalam menyampaikan pesan dengan menggunakan media cetak seperti leaflet, poster, stiker yang dikomunikasikan kepada masyarakat.

d. Evaluation

Setelah kegiatan tersebut dilakukan, maka tahapan berikutnya adalah melakukan evaluasi. Dalam penelitian ini Dinas Kesehatan Provinsi mengevaluasi pesan yang telah disampaikan kepada khalayak, apakah pesan tersebut sudah mengena atau belum pas kepada masyarakat, hal ini menjadi tahap dimana pihak Dinas Kesehatan melihat penilaian keberhasilan pesan yang telah disampaikan ini melalui survey singkat kepada masyarakat. Dari hasil yang peneliti temukan adalah umpan balik yang diberikan oleh masyarakat kepada Dinas Kesehatan Provinsi Riau sejauh ini baik, masyarakat mengaku bahwa Dinas Kesehatan menghadirkan cara yang berbeda untuk menarik mereka. Beberapa hal pun di katakan oleh para responden, seperti Dinas Kesehatan berhasil mendekatkan diri dengan cara mereka, dengan gaya dan zaman modern sekarang seperti gaya bicara dalam menyampaikan kampanye, pemilihan bahasa, pemilihan pesan menarik, serta konten yang dihadirkan juga menjadi daya tarik utama bagi masyarakat. Sehingga masyarakat tertarik dengan pesan yang dibuat oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau dan masyarakat juga sangat *excited* dengan adanya pesan yang disampaikan tersebut.

4. Strategi Komunikasi Melalui Media

a. Fact Finding

Proses di mana mengumpulkan fakta dan data sebelum melakukan suatu kegiatan komunikasi. Dalam penelitian ini dari data yang di dapat bahwa dari data sebelumnya

kurangnya media yang digunakan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam mempromosikan kampanye TB. Hal ini dinyatakan dari data wawancara secara langsung dengan Rozita sebagai kepala seksi promosi kesehatan (humas) bahwa, dulu orang promkes dianggap hanya menggunakan media seperti membuat spanduk, dan baliho. Sehingga dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat pun kurang menjadi perhatian. Maka dengan perkembangan zaman yang semakin modern, pihak promkes membuat paradigma baru dalam mendukung sisi media yang digunakan dalam mengkampanyekan penyakit menular TB ini. Karena penggunaan media baru sebagai strategi pembentukan citra juga telah digunakan oleh institusi-istitusi media massa di indonesia. Dengan data yang ditemukan, maka proses berikutnya adalah membuat perencanaan.

b. Planning

Dari data yang telah ditemukan sebelumnya, maka adanya tahap perencanaan dalam melakukan strategi komunikasi melalui media dalam kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau. Dari data yang di dapat bahwa penggunaan media menjadi perhatian Dinas Kesehatan Provinsi Riau, karena media merupakan alat menyampaiakn pesan yang sangat efektif bagi masyarkat. Dalam perencanaanya, Dinas Kesehatan Provinsi Riau menetapkan media massa seperti media cetak, media elektronik, media online, serta media baru dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Dari data yang didapat oleh peneliti melalui wawancara langsung dengan Rozita sebagai Kepala Promosi Kesehatan (Humas), bahwa ia mengatakan adapun media yang digunakan dalam mempromosikan kampanye ini yaitu pihak Dinas Kesehatan mencetak semua leaflet - leaflet yang berisi informasi seputar TB. Selain itu Radio dan Televisi juga menjadi media yang digunakan oleh Dinas Kesehatan dalam melakukan strategi komunikasi. Kampanye ini juga melakukan publikasi melalui media online seperti website, instagram, facebook dan youtube, serta menggunakan media cetak seperti baliho dan spanduk. Kemudian tahun 2017 ini Dinas Kesehatan pun berinovasi dengan penggunaaan SMS sebagai media kampanye. Pihak Dinas Kesehatan juga menggunakan media dalam bentuk poster yang ditempel di tempat - tempat yang ramai serta sticker. Setelah melakukan perencanaan, kemudian tahap selanjutnya mengkomunikasikan kepada khalayak.

c. Communication & Action

Dalam penelitian ini dari data yang di dapat bahwa untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat Dinas Kesehatan Provinsi Riau menggunakan komunikasi secara tidak langsung, yaitu dengan menggunakan media yang telah ditetapkan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau tersebut. Seperti leaflet dan stiker yang menginformasikan terkait TB yang dibagi - bagikan kepada masyarakat pada saat kampanye. Selain itu cara mengkomunikasikan kepada masyarkat juga melalui Iklan Layanan masyarakat seperti radio dan televisi yang menginformasikan seputar TB. Kemudian juga melalui media online seperti website, instagram, facebook dan youtube, yang mana informasi terkait TB di bagikan atau di share oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau kepada masyarakat umum. Serta juga mengkomunikasikan menggunakan media cetak seperti baliho, spanduk, dan poster yang ditempel di tempat - tempat yang ramai agar masyarakat dapat membaca dan mengetahuinya. Dinas Kesehatan juga berinovasi menggunakan SMS dalam penanganan penyakit menular TB. Dari data yang di temukan melalui wawancara langsung dengan Rozita bahwa Dinas Kesehatan juga membuat konten - konten yang menarik dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat, seperti talkshow, serta membuat film yang berkaitan dengan kampanye TB yang mana masih dalam tahapan proses. Selain itu, Dinas Kesehatan juga menggunakan *merchandise* seperti pin baju dan goodie bag yang dibagikan ke masyarakat dalam mempromosikan kampanye. Setelah melakukan komunikasi kepada khalayak, maka tahap selanjutnya adanya evaluasi yang diberikan.

d. Evaluation

Dalam penelitian ini, pada pencapaian pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pihak Dinas Kesehatan Provinsi Riau merasa sudah optimal sesuai dengan pendekatan - pendekatan dan penggunaan media yang baik dalam mempromosikan kampanye program (P2P) TB ini. Pihak Dinas Kesehatan merasa senang karna partisipasi masyarakat yang tinggi yang tidak pernah ada habisnya untuk ikut serta dalam program (P2P) ini. Kemudian lanjut ke tahap memperbaiki kinerja. Karena dari pihak promkes harus terus membuat konten - konten yang menarik dan tidak membosankan agar masyarakat tertarik.

5. Strategi Komunikasi Melalui Kerjasama

a. Fact Finding

Dari pengumpulan fakta dan data yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau sama halnya dengan data yang ditemukan dalam stategi komunikasi melalui program yang mana pada data sebelumnya pada tahun 2015, banyak masyarakat Provinsi Riau yang menderita penyakit menular salah satunya kasus *Tuberkulosis.* Masalah ini dilihat dari data sebelumnya serta banyaknya pemberitaan di media salah satunya melalui media Provinsi Riau sendiri Riauandalas.com dan website Dinkes Riau.go.id yang mana kasus TB merupakan kasus yang paling banyak ditemukan di Provinsi Riau. Kemudian fakta lainnya dari data yang di dapat, kurangnya kepedulian masyarakat terhadap kesehatan. Hal ini dilihat dari masalah perilaku masyarakat yang tidak peduli dengan penyakit - penyakit menular, sehingga Dinas Kesehatan Provinsi Riau sulit mengendalikan penyakit ini. Maka dengan banyaknya data yang ditemukan, Dinas Kesehatan Provinsi Riau menetapkan bentuk kerjasama dengan berbagai pihak dalam menanggulangi penyakit menular TB. Setelah ditemukannya fakta dan data, maka bagaimana membuat perencanaan yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau.

b. Planning

Dalam penelitian ini dari data yang ditemukan Dinas Kesehatah Provinsi Riau menetapkan banyak bentuk kerjasama dengan berbagai pihak dalam perencanaannya. Dalam menetapkan perencanaannya Dinas Kesehatan Provinsi Riau menetapkan bentuk kerjasama dengan Lintas Program seperti TB HIV dan TB DM (Diabetes Militus) juga bekerja sama dengan Lintas sektor seperti LSM AISYIYAH, IDI (Ikatan Dokter Indonesia), IDAI (Ikatan Dokter Anak Indonesia), PDPI (Persatuan Dokter Paru Indonesia), IAI (Ikatan Apoteker Indonesia), dan Biro Perencanaan serta kerjasama dengan LSM maupun Lembaga yang terkait dalam menanggulangi penyakit menular TB. Adapun kerja sama ini dibentuk untuk mengambil tindakan pada suatu masalah agar hasil yang tercapai dengan cara yang lebih efektif. Menurut pihak Dinas Kesehatan Provinsi Riau dengan adanya kerjasama bersama Lintas Program dan Lintas Sektor ini maka diharapkan akan memberikan peluang baru yang secara positif dapat menunjukkan

penanggulangan penyakit menular TB untuk masyarakat agar keberhasilan kampanye ini akan lebih besar.

c. Communication & Action

Setelah menetapkan suatu perencanaan, maka strategi komunikasi melalui kerjasama juga dapat dikomunikasikan kepada masyarakat. Untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat, Dari data yang didapat melalui wawancara langsung dengan Rozita selaku Kepala Promosi Kesehatan, ia mengatakan bahwa adanya pihak sponsor yang mendukung, serta LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) Kesehatan dan bahkan juga melibatkan mahasiswa seperti IPM-KesRi (Ikatan Pemuda Masyarakat Kesehatan Riau) yang berkontribusi dalam kegiatan kampanye TB DAY serta dalam mempromosikan tentang TB. Dan juga pihak Dinas Kesehatan dibantu oleh lembaga - lembaga masyarakat yang membantu program kampanye ini dalam menggerakkan masyarakat. Kemudian bekerjasama dengan lintas sektor seperti Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) AISYIYAH di mana LSM ini yang menangani khusus kasus TB. Adapun bentuk kerjasama yang dilakukan oleh LSM AISYIYAH ini yaitu mengadakan pelatihan untuk para kader petugas puskesmas serta membantu berkontribusi memberikan penyuluhan dan sosialisasi kepada masyarakat. Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan dari data yang ditemukan melalui wawancara langsung dengan Dwi selaku Pengelola Pemegang Program TB, ia pun juga mengatakan bahwa dalam melaksanakan program pelatihan TOT (Training of Trainer), dan pelatihan TB anak pihak Dinas Kesehatan juga bekerjasama dengan Dokter Praktek Mandiri untuk membentuk MOU dengan mengundang IDI (Ikatan Dokter Indonesia), IDAI (Ikatan Dokter Anak Indonesia), PDPI (Persatuan Dokter Paru Indonesia), IAI (Ikatan Apoteker Indonesia) dalam pelatihan TB, dan juga sudah bekerjasama dengan Lintas Program seperti TB dengan *Diabetes Militus (DM)* dalam bentuk kerjasama program workshop TB-DM.

Kemudian dalam program pertemuan TB HIV tingkat provinsi, Dinas Kesehatan Provinsi Riau juga bekerjasama dengan TB HIV dalam pelatihan TB. Adapun bentuk kerjasama lainnya dalam melaksanakan kampanye TB DAY pihak Dinas Kesehatan Provinsi Riau juga bekerjasama dengan PT Pegadaian Wilayah II Pekanbaru, serta mahasiswa IPM-KesRi (Ikatan Pemuda Mahasiswa Kesehatan Riau) dalam mendukung

dan membantu menyatakan komitmen kepada masyarakat untuk peduli TB dan ikut membubuhkan stempel tangan. Dinas Kesehatan Provinsi Riau juga bekerjasama dengan mengandeng anak - anak dari CSF(Citra Sehat Foundation) yang berkontribusi dalam membagikan stiker sebagai promosi pada saat kampanye peringati hari TB sedunia.

d. Evaluation

Setelah kegiatan tersebut dilakukan, maka tahapan berikutnya adalah melakukan evaluasi. Dalam kampanye ini dengan kerjasama yang dilakukan oleh pihak Dinas Kesehatan merasa sudah cukup berhasil untuk mengkampanyekan program (P2P) TB ini baik dalam perencanaan maupun pelaksanaan yang dilakukan dan sasaran yang tujukan juga sudah tepat melihat antusias masyarakat dengan diadakannya program (P2P) TB ini. Dengan bentuk kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait dapat meningkatkan kualitas kampanye yang mana sudah mencapai tujuan yang optimal.

Adapun dari elemen diatas perlu diperhatikan guna berjalannya strategi komunikasi yang efisien. Jika dilihat dari segi fungsi dan kegunaan strategi komunikasi diperlukan untuk mengimplementasikan program - program yang ingin dicapai. Dalam perencanaan komunikasi terdapat kerangka yang sangat sederhana yang sudah tentu selalu dikaitkan dengan bagaimana menciptakan komunikasi yang efektif. Begitu juga yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam melakukan strategi komunikasi.

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui apakah Dinas Kesehatan Provinsi Riau sudah berhasil mencapai tujuan strategi komunikasi seperti yang dikatakan R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnet dalam bukunya, *Techniques for Effective Comunnication* (dalam Effendy) yaitu:[22]

1. To secure Understanding

   Dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa Dinas Kesehatan Provinsi Riau berhasil membuat komunikan memahami pesan yang disampaikan oleh Dinas Kesehatan sebagai komunikator. Hal ini terlihat dari hasil wawancara yang peneliti lakukan bersama salah satu masyarakat yang mengikuti kegiatan kampanye TB Day dimana mengatakan bahwa ia sangat menyukai konsep kampanye yang dibuat oleh Dinas Kesehatan Provinsi

[22] Effendy Onong, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009) hal. 32-35.

Riau karna sangat sesuai dengan permasalahan TB di masyarakat Riau sekarang. Masyarakat juga merasa apa yang di bahas sesuai dengan apa yang sedang mereka alami sehingga mereka sangat mengerti pembahasan apa yang sedang di bahas oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau. Selain itu mahasiswa - mahasiswa yang terkait dalam kegiatan kampanye TB Day pun juga mengatakan hal yang sama bahwa konsep yang diusung menggalang komitmen bersama masyarakat luas untuk peduli TB, dimulai dari diri sendiri dan lingkungan sekitarnya sesuai dengan Tema World TB Day. Masyarakat juga mengatakan bahwa leaflet, poster dan stiker yang dibagikan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau berisi informasi terkait TB, kemudian pesan yang disampaikan Dinas Kesehatan Provinsi Riau membangkitkan kesadaran dan peran masyarakat untuk peduli TB. Dari wawancara yang dilakukan dengan Rozita sebagai humas (Promosi Kesehatan) Dinas Kesehatan Provinsi Riau beliau mengatakan bahwa pesan yang ingin sampaikan adalah tentang Gerakan keluarga Menuju Indonesia Bebas *Tuberkulosis* tentang bagaimana pesan sekaligus kegiatan nyata di masyarakat melalui penemuan secara aktif dan pasif yang juga mendorong pasien TB yang sedang berobat untuk berobat hingga sembuh. Maka dapat disimpulkan bahwa Dinas Kesehatan Provinsi Riau berhasil membuat komunikan memahami pesan yang disampaikan oleh Dinas Kesehatan sebagai komunikator.

2. To Estabilish Acceptance

Pada tahap ini bagaimana Dinas Kesehatan Provinsi Riau memberikan pemahaman kepada komunikan tentang pesan yang telah disampaikan. Dinas Kesehatan sebagai komunikator tidak bisa hanya memberikan pesan tanpa memberikan pemahaman tentang pesan yang mereka sampaikan. Dalam tahap ini peneliti menemukan bahwa Dinas Kesehatan Provinsi Riau telah melakukan tahap ini dimana dari hasil wawancara dengan pemegang program TB, beliau mengatakan bahwa untuk memberikan pemahaman tentang isi pesan kepada masyarakat yang tidak bisa langsung mendengarkan penjelasan dari kami maka Dinas Kesehatan Provinsi Riau membuat video Iklan Layanan Masyarakat dimana selalu memperhatikan visual dan audio yang akan ditampilkan guna dapat mentransfer arti dari isi informasi pesan yang akan di tampilkan.

3. To Motivate Action

Tahap ini adalah dimana Dinas Kesehatan Provinsi Riau harus bisa memotivasi masyarakat untuk bisa melakukan perubahan dari pesan yang sudah disampaikan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau. Seperti Dinas Kesehatan menyampaikan pesan tentang TOSS TB Temukan TB Obati Sampai Sembuh bagaimana Dinas Kesehatan Provinsi Riau bisa mendorong masyarakat sadar akan bahaya penyakit menular TB dan jika TB ditemukan maka harus diobati sampai sembuh. Dari data yang ditemukan melalui wawancara langsung kepada masyarakat Kabupaten Kuansing, Iil mengatakan bahwa adanya pesan dan kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau memberikan perubahan kepada dirinya, sehingga perubahan itu sangat berpengaruh ia sebagai masyarakat sangat memahami dan terbantu karena sebelumnya ia tidak mengetahui tanda dan gejala TB tersebut. Kemudian dari sosialisasi yang dilakukan ke masyarakat pun sangat berpengaruh. Sosialisasi yang dilakukan mendapatkan respon yang positif oleh masyarakat. Masyarakat mengerti, memahami dan mengikuti dengan apa yang diberikan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam penanganan kasus TB, karena hal ini dilakukan untuk kesehatan diri dan keluarga mereka juga. Kemudian survey dilakukan sama halnya dengan Iwan masyarakat Kabupaten Kuansing yang mengikuti penyuluhan tentang TB, menurutnya dengan adanya penyuluhan yang pernah dilakukan ia sebagai masyarakat menjadi paham akan bahayanya penyakit TB ini. Melihat hasil survey yang dilakukan kepada masyarakat maka tahapan kampanye dapat memberikan manfaat dan perubahan prilaku yang optimal terhadap masyarakat.

C. Analisis SWOT Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Riau Dalam Kampanye Program Pengendalian dan Pencegahan Penyakit (P2P) TB

1. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

Faktor pendukung dan faktor penghambat dapat ditentukan dengan menggunakan analisis SWOT antara lain *Strenght* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Oppurtunities* (kesempatan), dan *Threats* (tantangan). Strenght dan Oppurtunities dapat dikelompokkan sebagai pertimbangan - pertimbangan positif yang mendukung terlaksananya program kampanye, sedangkan *Weakness* dan *Threats* dikelompokkan pada kondisi - kondisi negatif yang harus dihadapi kampanye. Sementara menurut

(Cangara) menjelaskan, dari empat komponen yang digunakan dalam Analisis SWOT maka komponen Kekuatan dan Kelemahan berada dalam ranah internal organisasi yang erat hubungannya dengan sumber daya dan manajemen organisasi. Sedangkan komponen Peluang dan Ancaman berada dalam ranah eksternal organisasi yang terjadi dari hasil dinamika dalam masyarakat serta banyak ditentukan oleh kemampuan komunikasi, jaringan, dan kerja sama dengan orang lain.[23]

Sebelum menentukan faktor pendukung dan penghambat maka perlu melakukan analisis SWOT. Berdasarkan hasil temuan yang telah peneliti lakukan di lapangan, berikut ini merupakan analisis terkait dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam Kampanye Program Pengendalian dan Pencegahan Penyakit (P2P) TB dalam penanggulangan penyakit menular TB.

Tabel 4.1 SWOT Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Riau Dalam Kampanye Program Pengendalian dan Pencegahan Penyakit (P2P) TB

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
INTERNAL	1. Penggunaan media yang beragam menjadi faktor penting dalam strategi kampanye program (P2P) TB. 2. Adanya penggunaan pesan "TOSS TB Temukan TB Obati Sampai Sembuh" dalam melakukan strategi kampanye (P2P) TB. 3. Adanya Aktivasi *event* yang beragam melalui beberapa kegiatan dalam *event* TB	1. Belum adanya kerjasama dengan media nasional, baik itu surat kabar online maupun konvensional.

[23] Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 106-109

	Day.	
EKSTERNAL	Peluang (O)	Ancaman (T)
	1. Banyak bentuk kerjasama lembaga dan LSM yang mendukung dalam strategi kampanye (P2P) TB. 2. Banyaknya dukungan dari masyarakat yang ikut berpartisipasi dalam kampanye ini. 3. Adanya sinergi dari puskesmas di Provinsi Riau dalam mendukung program kampanye yang dibentuk oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau.	1. Adanya masyarakat yang tidak peduli terhadap program penyuluhan di beberapa daerah terpencil.

Tabel 4. 2 Faktor Pendukung dan penghambat dalam Strategi Komunikasi Kampanye Program (P2P) TB yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Riau

Faktor Pendukung (SO)	Faktor penghambat (WT)
1. Optimalnya penggunaan media informasi dan publikasi. 2. Partisipasi masyarakat menjadi faktor pendukung. 3. Banyaknya bentuk kerjasama Dinas Kesehatan Provinsi Riau dengan lembaga - lembaga yang berkonsetrasi dibidang kesehatan. 4. Aktivasi *event* yang beragam melalui beberapa kegiatan dalam *event* TB Day menjadi faktor pendukung. 5. Adanya penggunaan pesan "TOSS TB Temukan TB Obati Sampai Sembuh" dalam strategi kampanye.	1. Belum adanya kerjasama dengan media nasional, baik itu surat kabar online maupun konvensional. 2. Adanya masyarakat yang tidak peduli terhadap program penyuluhan di beberapa daerah terpencil.

Penutup

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan yaitu Dalam kampanye program pengendalian dan pencegahan penyakit (P2P) TB yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan

Provinsi Riau bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sasaran untuk menarik perhatian masyarakat, baik pasien dengan penderita aktif TB maupun pasien penderita pasif TB yang juga mendorong pasien TB yang sedang berobat untuk berobat sampai sembuh. Kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau ini menggunakan strategi komunikasi dalam strategi kampanyenya. Adapun dalam strategi kampanye nya, Dinas Kesehatan Provinsi Riau menggunakan beberapa strategi komunikasi yaitu: strategi komunikasi melalui *event,* strategi komunikasi melalui program, strategi komunikasi melalui pesan, strategi komunikasi melalui media, strategi komunikasi melalui kerjasama.

Dengan adanya strategi kampanye yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Riau tersebut, tidak menutup kemungkinan dalam pelaksanaannya terdapat faktor pendukung dan penghambat dari strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam kampanye program (P2P) TB. Adapun dalam faktor pendukungnya yaitu pertama, Optimalnya penggunaan media informasi dan publikasi. Media menjadi faktor pendukung dalam program kampanye ini, karena dapat membantu Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam mempromosikan program kampanye dan mendapatkan perhatian masyarakat. Kedua, Partisipasi masyarakat menjadi faktor pendukung, karna banyaknya dukungan dari masyarakat yang ikut tertarik dalam kampanye yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Riau. Ketiga, Banyaknya bentuk kerjasama Dinas Kesehatan Provinsi Riau dengan lembaga - lembaga yang berkonsetrasi dibidang kesehatan hal ini menjadi faktor pendukung, karna dapat membantu Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam menanggulagi penyakit TB. Keempat, aktivasi *event* yang beragam melalui beberapa kegiatan dalam *event* TB Day menjadi faktor pendukung dari bagaimana kegiatan yang dijalankan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau melalui kegiatan yang menarik seperti adanya kegiatan *flash mob*, pameran dan perlombaan. Kelima, penggunaan pesan "TOSS TB Temukan TB Obati Sampai Sembuh" terdapat perubahan sikap dari masyarakat, sehingga pesan ini dapat melekat di pikiran masyarakat.

Adapun dalam faktor penghambatnya yaitu belum adanya kerjasama dengan media nasional baik itu surat kabar online maupun konvensional. Sehingga minimnya publikasi dan publisitas dari kampanye yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Riau. Kemudian sulitnya menjalin komunikasi dengan masyarakat yang tidak peduli terhadap

program penyuluhan di beberapa daerah terpencil. Sehingga masyarakat bersikap acuh tak acuh dengan program kampanye yang dilakukan Dinas Kesehatan. Hal ini menjadi faktor penghambat dari strategi kampanye yang dilakukan. Untuk itu, hal ini menjadi PR besar bagaimana menjalin komunikasi terhadap masyarakat terpencil untuk kedepannya.

B. Saran

1. Saran Akademik

a) Penelitian mengenai strategi komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam kampanye program pengendalian dan pencegahan penyakit (P2P) TB ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu direkomendasikan pada penelitian selanjutnya untuk dapat lebih banyak menggali informasi sehingga dapat mengungkap lebih banyak lagi mengenai strategi kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatn Provinsi Riau.

b) Peneliti juga menyarankan pada penelitian selanjutnya untuk memilih teori strategi dan model komunikasi yang berbeda dari penelitian ini agar dapat menjadi penelitian pendukung dari penelitian ini.

2. Saran Praktis

Adapun peneliti memberikan saran kepada Dinas Kesehatan Provinsi Riau yaitu:

a) Dinas Kesehatan Provinsi Riau diharapkan dapat lebih memperhatikan susunannya strategi dalam kampanye yang lebih matang, agar segala yang dibuat dapat terkoordinasi dengan baik, mulai dari waktu hingga (SDM) Sumber Daya Manusia.

b) Dinas Kesehatan Provinsi Riau diharapkan juga dapat memperhatikan bentuk kerjasama dengan media nasional baik itu surat kabar online maupun konvensional, agar publisitas dan publikasi dapat terjalankan.

c) Dinas Kesehatan Provinsi Riau diharapkan dapat memperhatikan program penyuluhan di daerah terpencil agar dapat terealisasikan komunikasi yang terjalin.

Daftar Pustaka

Cangara, Hafied. 2014. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi.* Jakarta: Rajawali Pers.

Drs. M Sumarsono MBA,et al. 2006. *Pendidikan Kewarganegaraan*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, hal. 139.

Hasrullah. 2009. *Dendam Konflik Poso (Periode 1998-2001) Konflik Poso Dari Perspektif Komunikasi Politik.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Onong, Effendy. 2008. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Citra Aditya Bakti, hal. 67

_____. 2009. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

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

Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.

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

Jurnal :

Lailatul, Nur, Rohmah S, Azar Yoga Wicaksana, "Upaya Keluarga Untuk Mencegah Penularan Dalam Perawatan Anggota Keluarga dengan TB baru, '' Jurnal Keperawatan, Volume 6 (Juli, 2015), hal. 108-116.

Web :

Lusia kus anna, "Ironi Negeri yang Melimpah Sinar Matahari", http://lifestyle.kompas.com/read/2017/01/10/140000623/ironi.negeri.yang.berlimpah.sinar.matahari (diakses 11 April 2017).

Riauandalas.com,"Pekanbaru penderita teringgi TBC", http://www.riauandalas.com/pekanbaru-penderita-tertinggi-tbc/ (diakses 29 Maret 2017).

Riau.go.id, https://www.riau.go.id/home/skpd/2017/03/17/2733-dinkes-provinsi-riau-bersama-dinkes-dan-pengurus-idi-kabkota-menandatangani-mou-dots (diakses 5 April 2017).

Prita Gemal Gani "Kampanye Sosial", http://www.lspr.edu/pritakemalgani/kampanye-sosial/ (Diakses 17 Mei 2017).

Identitas Penulis

1. Identitas Penulis Pertama
    a. Nama Lengkap : Novia Aulina
    b. Nomor Induk Mahasiswa : 14321140
    c. Tempat Tanggal Lahir : Pekanbaru, 20 April 1996
    d. Program Studi : Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya.
    e. Bidang Minat Studi : Komunikasi Strategis
    f. Alamat dan Nomor Kontak : Jalan Kaliurang Km 13,8 Kos Wisma Ratih.

2. Identitas Penulis Kedua
    a. Nama Lengkap dan Gelar Akademik : Nadia Wasta Utami. S.Ikom., M.A
    b. NIK/NIDN : 0505068902
    c. Jabatan Akademik : Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi
    d. Alamat dan Nomor Kontak : Perumahan Kaliurang Pratama B16. Jakal Km 7,2.