



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS KEDOKTERAN DAN KESEHATAN

SURAT TUGAS

Nomor : 30A /F.7-UMJ/IV/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. dr. Tri Ariguntar Wikaning Tyas, Sp.PK
NID : 20.694
Jabatan : Dekan Fakultas Kedokteran dan Kesehatan
Universitas Muhammadiyah Jakarta

Dengan ini menugaskan :

Nama : Nuryaningsih, M.Keb
NIDN : 310068302
Jabatan : Dosen Prodi Sarjana Kebidanan

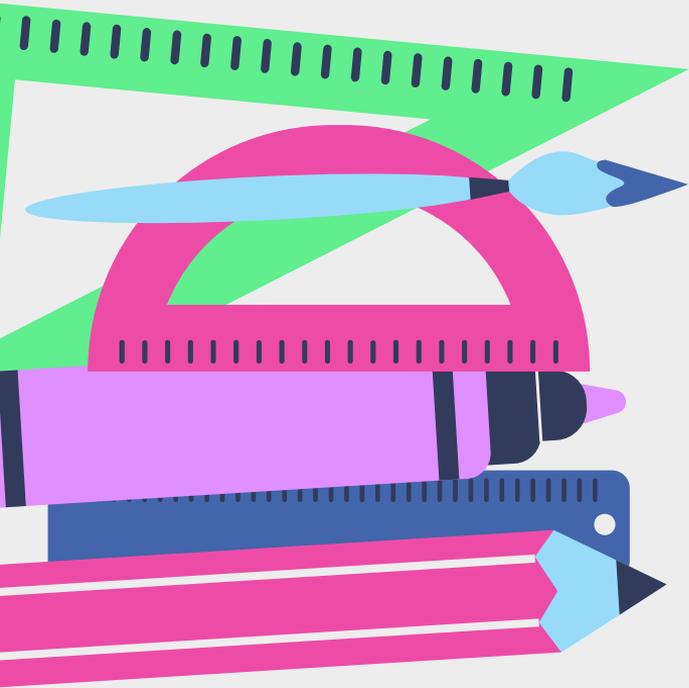
Untuk membuat pengembangan bahan ajar di mata kuliah Promosi Kesehatan dengan membuat PPT

Setelah mengikuti kegiatan tersebut agar melaporkan hasilnya selambat-lambatnya 2 minggu setelah kegiatan dengan melampirkan laporan pengabdian masyarakat.

Jakarta, 5 April 2024

Dekan,

Dr. dr. Tri Ariguntar Wikaning Tyas, Sp.PK
NID/NIDN : 20694/0020077005



MEDIA PROMOSI KESEHATAN

Nuryaningsih, M.Keb

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mahasiswa mampu mengidentifikasi media
dalam promosi kesehatan



REFERENSI



Emilia O. 2018. Promosi Kesehatan dalam Lingkup Kesehatan Reproduksi. Banjarnegara: Pustaka Cendekia



Kholid A. 2022. Promosi Kesehatan: Dengan Pendekatan Teori Prilaku, Media, dan Aplikasinya untuk Mahasiswa dan Praktisi Kesehatan. Depok: Rajawali Pres



Latif SA, Muna N, Wahyuni S. 2023. Promosi Kesehatan dan Praktik Penyuluhan Kesehatan. Jakarta: CV. Trans Info Media



PENDAHULUAN

Pendidikan kesehatan merupakan bagian dari promosi kesehatan yang bertujuan mengubah pengetahuan sasaran (individu, kelompok, masyarakat) sehingga berperilaku sesuai dengan yang diharapkan. Media sebagai salah satu komponen penting dalam berkomunikasi untuk menyampaikan pesan perlu dipersiapkan sebaik mungkin. Keputusan untuk memakai media tertentu atau kombinasi media ditentukan oleh: tujuan program, biaya yang dimiliki, efektifitas media untuk audiens tertentu, kompleksitas pesan, keterbatasan waktu, hubungan dengan media, jenis dan ketersediaan media.

DEFINISI MEDIA PROMOSI KESEHATAN



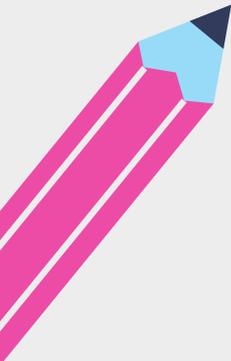
Media promosi kesehatan merupakan seluruh alat ataupun usaha buat menunjukkan pesan ataupun data yang mau diinformasikan dari seorang penyuluh, dengan media cetak, elektronik serta alat luar ruang, maka target bisa bertambah pengetahuannya yang kesimpulannya diharapkan bisa berubah perilakunya ke arah positif pada kesehatannya (P. A. Siregar 2020).



Media promosi kesehatan adalah semua sarana atau upaya untuk menampilkan pesan informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator sehingga sasaran dapat meningkat pengetahuannya yang akhirnya diharapkan dapat berubah perilakunya ke arah positif terhadap kesehatan (Christina Magdalena T.Bolon 2021).



Dari pandangan yang diutarakan bahwa media promosi merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat agar terjadi sebuah perubahan perilaku tidak sehat menjadi sehat.



TUJUAN MEDIA PROMOSI KESEHATAN

1

Meningkatkan kesadaran pada kesehatan

2

Meningkatkan pengetahuan kesehatan

3

Pemberdayaan diri sendiri dan memengaruhi perubahan sikap, pengambilan keputusan dan perubahan perilaku.

4

Memengaruhi perubahan sosial



MANFAAT MEDIA PROMOSI KESEHATAN

1

Memudahkan penyampaian data

2

Menjauhi kekeliruan persepsi

3

Memperjelas data

4

Memudahkan pengertian



MANFAAT MEDIA PROMOSI KESEHATAN

5

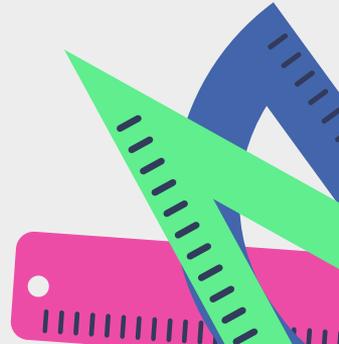
Mengurangi komunikasi verbalistik

7

Menunjukkan pokok yang tidak bisa diambil dengan mata

6

Memperlancar komunikasi



JENIS MEDIA PROMOSI KESEHATAN

Media Cetak

Poster

Poster merupakan pesan singkat dalam bentuk gambar dengan tujuan untuk memengaruhi seseorang agar tertarik pada sesuatu, atau memengaruhi agar seseorang bertindak akan sesuatu hal.

Leaflet

Leaflet adalah suatu bentuk media publikasi yang berupa kertas selebaran dengan ukuran tertentu, disajikan dalam bentuk lembaran kertas berlipat (pada umumnya 2-3 lipatan) dan tanpa lipatan. Penyebarannya dengan cara dibagi-bagikan kepada pengunjung pameran. Leaflet dapat dibuat dengan teknik secara langsung serta melalui teknik cetak (sablon, offset).

Baligho

media informasi yang dipasang di tempat terbuka, di tempat-tempat strategis seperti jalan raya. Baligho dibuat dalam ukuran besar, menggunakan bahan dari papan triplek dan cat pewarna. Biasanya berukuran antara 4,6,8 kali lembaran triplek

LEAFLET



Sejak bayi dalam kandungan, perkembangan dan pertumbuhan otaknya sangat cepat.

Hanya ASI makanan terbaik untuk bayi, Mengapa?

- Sejak bayi dalam kandungan, perkembangan dan pertumbuhan otaknya sangat cepat. Ketika usia bayi 20 minggu otak bayi sudah dapat mendengar.
- Begitu bayi lahir, perkembangan otak bayi sudah hampir sempurna, sehingga membutuhkan makanan yang bergizi dan rangsangan yang cukup. Rangsangan yang optimal diperoleh pada saat proses pemberian Air Susu Ibu (ASI).
- Proses menyusui bukan hanya menyajikan makanan terbaik untuk bayi tetapi membuat bayi menerima rangsangan terus menerus yang mendukung pertumbuhan bayi menjadi pintar pikiran dan jiwanya.

- Mengandung zat gizi yang cukup untuk kebutuhan bayi.
- Merangsang zat kekebalan tubuh untuk melindungi bayi dari berbagai penyakit infeksi yang tidak ada di susu formula.
- Melindungi bayi dari alergi.
- Aman dan terjaga kebersihannya, karena langsung ditimbun di dalam payudara dengan kekebalan alami.
- Membantu memperbaiki reflek menghisap, menelan dan bernafas.
- Tidak akan pernah basi, mempunyai suhu yang tepat sesuai dengan suhu tubuh.
- Disajikan dengan cara yang mudah, cepat, kapan saja dan dimana saja.
- Mengurangi risiko infeksi antara Ibu dan bayi.
- Tidak memerlukan biaya.
- ASI tidak dapat digantikan oleh susu formula.



"Jika karena alasan medis atau Ibu sakit, sehingga Ibu tidak lagi dapat memberikan ASI, maka dengan terpaksa susu formula dapat diberikan kepada bayi."



KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA

PUSAT PROMOSI KESEHATAN
GEDUNG PROF. DR. SUJUDI LANTAR 10
JL. MH. RAHMAN SAG. FLORE. 1-5 KAW. 4-9
JAKARTA SELATAN

TELEP. +6221. 5209893
WWW.PROMOSI.KES.PEKES.GO.ID



ASI tidak akan bisa tergantikan



KEMENTERIAN KESEHATAN

Apa itu Air Susu Ibu?

Air Susu Ibu (ASI) adalah makanan alamiah berupa cairan dengan kandungan gizi yang cukup dan sesuai dengan kebutuhan bayi, sehingga bayi tumbuh dan berkembang dengan baik. ASI merupakan makanan terbaik bagi bayi.

Kenapa bayi perlu diberi ASI Eksklusif?

Bayi sejak lahir usia 0-6 bulan hanya diberi ASI saja tidak diberi makanan ataupun minuman tambahan apapun, karena sudah memenuhi seluruh kebutuhan bayi.

"Hanya ASI Makanan terbaik untuk bayi"



Kebutuhan Nutrisi Ibu Hamil

Nutrisi ibu hamil merupakan salah satu faktor utama penentu kesehatan ibu dan janin. Kurangnya asupan nutrisi selama kehamilan dan gaya hidup yang kurang baik, membuat janin berisiko lebih tinggi mengalami gangguan, seperti berat badan lahir kurang, hambatan tumbuh kembang, hingga cacat bawaan lahir.



Asam Folat, Kolin dan DHA sangat penting untuk ibu hamil trimester 1 karena pada saat janin terbentuk dapat membantu pembentukan jaringan dan sel otak dan sel lainnya.

Zat Besi, Vitamin C, Serat, Asam Lemak Omega-3 sangat diperlukan untuk kehamilan trimester kedua. Karena pada trimester ini janin sedang mengalami pertumbuhan dan perkembangan pesat, sehingga pemenuhan nutrisinya harus diperhatikan.

Pada saat trimester ke-3, ibu hamil membutuhkan banyak nutrisi untuk menyiapkan persalinan. Konsumsi kebutuhan karbohidrat dan lemak yang memadai untuk sumber tenaga saat persalinan. Pemenuhan nutrisi harus dijaga kualitas dan kuantitasnya.

JENIS MEDIA PROMOSI KESEHATAN

Spanduk

Spanduk adalah media informasi yang berupa kain berukuran panjang 5 meter sampai 8 meter, biasanya dipasang di tepi-tepi jalan dengan cara dibentangkan. Spanduk berisi huruf/kalimat informasi dan gambar.

Umbul-umbul

Umbul-umbul yaitu kelanjutan dari publikasi spanduk, yang penempatannya di area pinggiran jalan raya, wilayah pemukiman kompleks, kawasan perindustrian.

X-Baner

X banner ini adalah karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar, biasanya ukuran dalam X banner ialah 60 cm X 160 cm.



SPANDUK



UMBUL-UMBUL

X-BANER



JENIS MEDIA PROMOSI KESEHATAN

Gimmick

Media gimmick yang tersedia dari bahan dan teknis produksinya antara lain: Kaos, Mug, Kalender, Pin, Topi, Gantungan Kunci, Tempat Minum, Sticker, Tempat Pensil, dan lain-lain.

Branding

One way vision sticker/branding pada dasarnya adalah penghalang cahaya matahari pada kendaraan. Namun pada pengaplikasiannya, one way vision sticker banyak digunakan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa maupun sebagai media kampanye.

Media Masa

Media massa atau pers adalah suatu istilah yang mulai dipergunakan pada 1920-an untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai bahwa makin banyak pendengar yang dapat dijangkau sementara mereka masih tetap dapat bekerja sesuai tanggung jawab pekerjaannya.



MEDIA MASSA

JENIS MEDIA PROMOSI KESEHATAN

Media Audio
Visual

Televisi

Televisi selain sebagai media hiburan dan informasi juga dapat digunakan sebagai media pendidikan. Akan tetapi televisi masih merupakan salah satu media siaran yang masih dalam kategori mahal dalam bentuk pembiayaan / finansial sebagai media dalam promosi kesehatan, sehingga kita cenderung masih jarang melihat bentuk promosi kesehatan yang ditayangkan di media televisi.

Radio

Radio adalah media elektronik termurah, baik pemancar maupun penerimanya. Ini berarti terdapat ruang untuk lebih banyak stasiun penyiaran dan lebih banyak pesawat penerima dalam sebuah perekonomian nasional.

Film

Film dihasilkan dengan rekaman dari orang dan benda (termasuk fantasi dan figur palsu) dengan kamera, dan/atau oleh animasi.

MEDIA AUDIO VISUAL/MEDIA ELEKTRONIK



JENIS MEDIA PROMOSI KESEHATAN

Iklan

yaitu untuk memberi informasi dan membujuk para konsumen untuk mencoba atau mengikuti apa yang ada di iklan tersebut, dapat berupa aktivitas mengonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan.

Iklan mengambil peran penting, dalam:

1. Membangun dan mengembangkan citra positif bagi suatu jasa dan produk yang dihasilkan, melalui proses sosialisasi yang terencana dan tertata dengan baik.
2. Membentuk publik opini yang positif terhadap perusahaan atau produk tersebut.
3. Mengembangkan kepercayaan masyarakat terhadap produk konsumsi dan perusahaan yang memproduksinya.
4. Menjalinkan komunikasi secara efektif dan efisien dengan masyarakat luas, sehingga dapat terbentuk pemahaman dan pengertian yang sama terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan pada masyarakat oleh jasa tersebut.

Daya tarik iklan mempunyai karakteristik sebagai berikut:

1. Bermakna, menunjukkan manfaat yang membuat produk itu lebih diinginkan atau lebih menarik konsumen.
2. Dapat dipercaya, konsumen harus percaya bahwa produk atau jasa akan memberikan manfaat yang dijanjikan.
3. Khas, harus menjelaskan mengapa produk itu lebih baik ketimbang merek pesaing.

JENIS MEDIA PROMOSI KESEHATAN

Media Internet



Jejaring Sosial

Metode promosi menggunakan jejaring sosial sangat efektif dan dengan biaya yang sangat murah, hal ini dapat digunakan sebagai media dalam promosi yang cepat seiring dengan berkembangnya teknologi.

Cara Promosi melalui situs jejaring Sosial

1. Meningkatkan jumlah teman.
2. Memilih teman untuk di-add berdasarkan wilayah yang dekat dengan lokasi
3. Memilih teman untuk di-add berdasarkan usia dan status yang sesuai dengan market plan produk/jasa yang ditawarkan/promosikan.
4. Memilih teman yang memiliki profil yang jelas agar memudahkan di dalam melakukan promosi.
5. Membuat profil dengan jelas agar saat melakukan promosi, mereka akan mempercayai produk/jasa yang ditawarkan.
6. Mengupload foto yang real agar setiap teman yang di-add merasa nyaman untuk berkomunikasi.
7. Sering melakukan update status/tweet tentang produk/jasa yang ingin ditawarkan.
8. Konsekuen dengan produk/jasa yang kita tawarkan.
9. Tidak segan untuk melakukan panggilan/sms ke teman atau pembaca walau hanya untuk memberikan penjelasan singkat.

JENIS MEDIA PROMOSI KESEHATAN

Website/Blog/Wordpress dan Lain-lain

Teknologi Informasi (TI), atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah Information technology (IT) adalah istilah umum yang menjelaskan teknologi apa pun yang membantu manusia dalam membuat, mengubah, menyimpan, mengkomunikasikan dan/atau menyebarkan informasi. TI menyatukan komputasi dan komunikasi berkecepatan tinggi untuk data, suara, dan video.

TI dapat digunakan sebagai media dalam promosi kesehatan yang sangat efektif dengan teknologi percetakan memungkinkan pengiriman informasi lebih cepat lagi. Teknologi elektronik seperti radio, televisi, komputer mengakibatkan informasi menjadi lebih cepat tersebar di area yang lebih luas dan lebih lama tersimpan.



KELEBIHAN DAN KELEMAHAN MASING-MASING MEDIA PROMOSI KESEHATAN

MEDIA AUDIO VISUAL

KELEBIHAN

- Bersifat massal (dikenal masyarakat) secara cepat dan luas lintas daerah/negara
- Dapat memperlihatkan produk lebih nyata dan beraneka ragam karena adanya unsur audio, visual dan gerakan
- Efektivitas tinggi karena melibatkan semua panca indera dan menghemat waktu
- Dapat menggambarkan variasi suatu proses, teori dan animasi
- Penggambarannya bersifat tiga dimensional dan lebih mudah dipahami
- Dapat menciptakan kesan ruang dan waktu
- Suara yang dihasilkan dapat menimbulkan realita pada gambar dalam bentuk ekspresi murni
- Lebih menarik (ada suara dan gambar yang bergerak) untuk waktu yang singkat

KELEMAHAN

- Biaya mahal
- Bergantung pada daya listrik
- Hanya dapat menyajikan komunikasi satu arah
- Dibutuhkan persiapan yang matang
- Dibutuhkan keterampilan penyimpanan dan dalam pengoperasiannya
- Dibutuhkan alat canggih untuk memproduksinya
- Peralatan selalu berkembang dan berubah
- Sedikit rumit

KELEBIHAN

MEDIA AUDIO (RADIO)

KELEMAHAN

Pendengar butuh konsentrasi yang tinggi

1

Media publik yang murah

2

Bersifat lokal dan sepiantas dengar

3

Luwes dan mudah dijangkau

4

Tidak memerlukan intensitas dan keahlian khusus untuk menerima pesan

5

Pendengar dapat mobile kapanpun

MEDIA CETAK

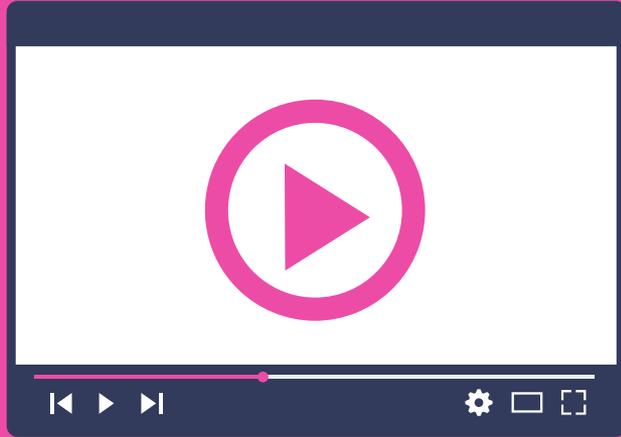
KELEBIHAN

- Biaya tidak tinggi
- Tahan lama
- Tidak membutuhkan listrik
- Dapat dibawa kemana-mana (untuk leaflet, koran, majalah, brosur, stiker, pamflet)
- Dapat dipasang ditempat strategis (untuk spanduk, baligho)
- Dapat didokumentasikan sehingga bisa dibaca berulang-ulang
- Dapat menyajikan informasi yang lebih detail
- Memiliki kredibilitas yang baik dimata masyarakat

KELEMAHAN

- Kekuatan pesan memiliki risiko tidak nyata
- Tidak dapat menstimulir efek suara dan efek gerak
- Cakupan khlayak terbatas

MEDIA INTERNET



KELEBIHAN

- Sangat cepat dari segi waktu, media online sangat cepat dalam menyampaikan berita
- Praktis dan fleksibel (dapat diakses dari mana saja dan kapan saja)
- Data atau berita/informasi dapat disimpan dan sewaktu waktu dapat dibuka kembali
- Internet merupakan paket lengkap selain berupa teks juga berupa animasi
- Para pengguna media online dapat berinteraksi satu dengan lainnya dengan cara berkomentar

KELEMAHAN

- Tidak selalu tepat, karena mengutamakan berita
- Untuk mengakses internet membutuhkan koneksi internet
- Tidak semua masyarakat dapat menggunakan teknologi internet
- Bila terlalu lama membaca media online dapat membuat mata menjadi lelah dan mengalami gangguan mata

TAHAPAN PENENTUAN MEDIA PROMOSI KESEHATAN

1

Identifikasi masalah kesehatan dan pertimbangan tujuan dalam perencanaan Promkes

2

Penetapan perilaku yang diharapkan dan analisa faktor yang memengaruhi perubahan

3

Perhitungan sumber, baik potensial maupun yang sudah ada

4

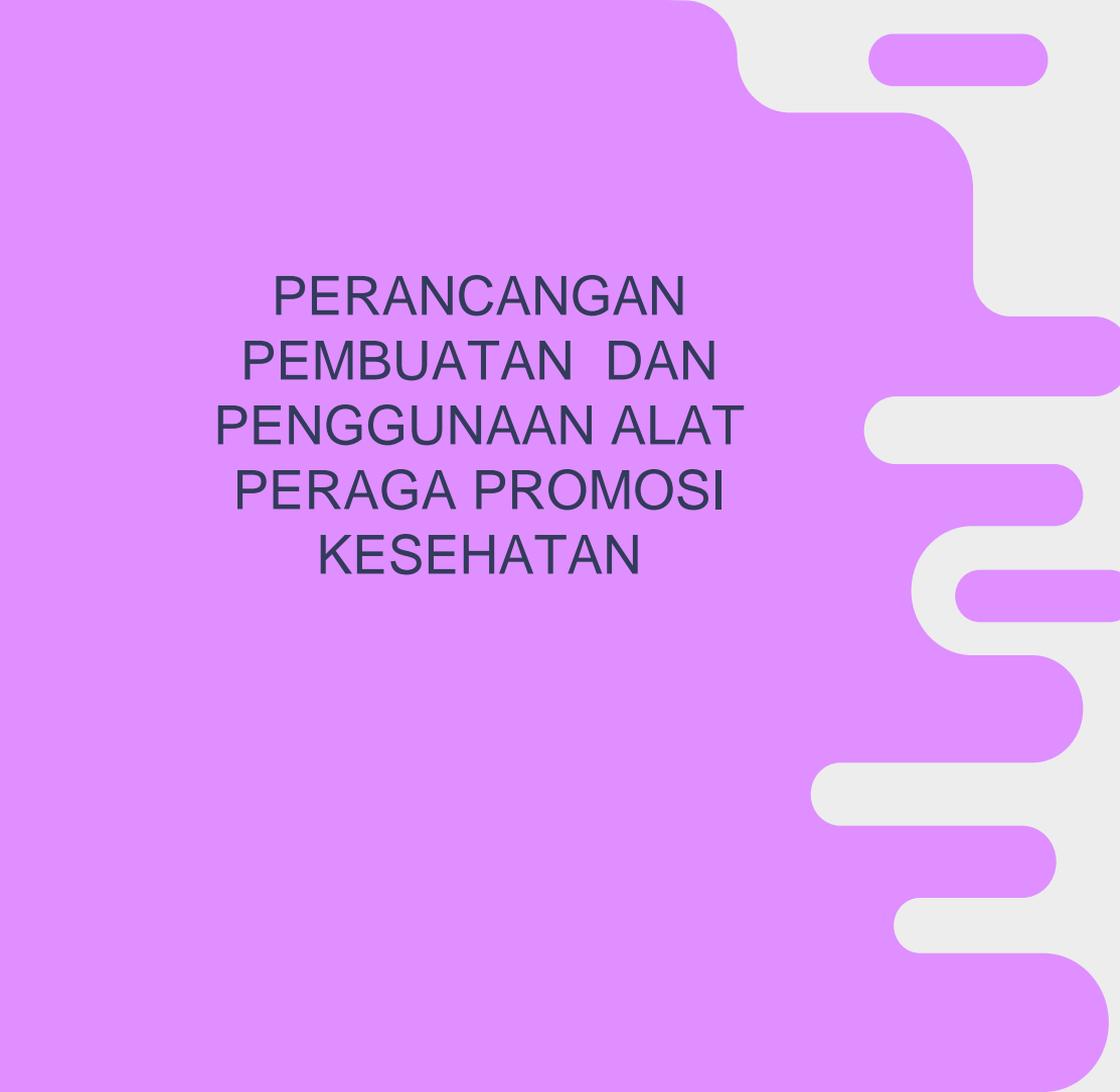
Menetapkan tujuan Promosi kesehatan

5

Penyusunan rencana operasional pendidikan secara terperinci

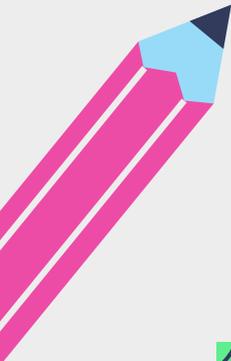
6

Penyusunan rencana penilaian promosi kesehatan



PERANCANGAN PEMBUATAN DAN PENGUNAAN ALAT PERAGA PROMOSI KESEHATAN

- ❑ Alat peraga didasarkan pada pengetahuan yang dimiliki sasaran (individu, kelompok, masyarakat)
- ❑ Penggolongan sasaran (sosial ekonomi, demografi)
- ❑ Bahasa yang digunakan oleh sasaran
- ❑ Adat istiadat serta kebiasaan yang berlaku di masyarakat
- ❑ Minat dan perhatian sasaran



CARA PEMBUATAN MEDIA PROMOSI KESEHATAN LEBIH MENARIK

1

Gunakan kalimat singkat dan jelas

3

Bentuk tulisan dan gambar yang menarik

5

Berikan penawaran

7

Menyertakan informasi secara detail

2

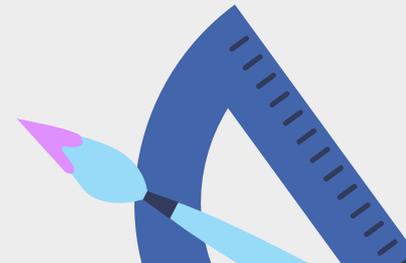
Gunakan bahasa yang mudah dipahami

4

Tambahkan testimoni

6

Sematkan logo



UNSUR-UNSUR MEDIA PROMOSI KESEHATAN

1

Mengembangkan satu ide/pesan pokok yang dapat direfleksikan menjadi suatu pesan

*Command
Attantion*

2

Pesan yang digunakan harus mudah dimengerti, sederhana, jelas

*Clarify the
massage*

3

Pesan yang disampaikan harus dapat dipercaya, jujur, terjangkau

Creat trust

4

Pesan yang disampaikan harus menguntungkan kedua belah pihak

*Communicate a
benefit*

5

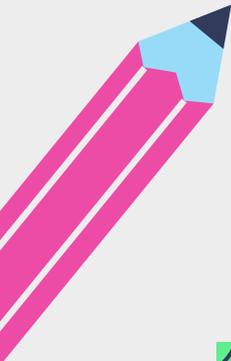
Pesan yang disampaikan harus memiliki satu pesan utama di media apapun

Consistency

PRINSIP MEDIA PROMOSI KESEHATAN

MENURUT NITOADMOJO, 2005

- Semakin banyak indera yang digunakan untuk menerima pesan dan informasi kesehatan dari sebuah media, maka semakin tinggi atau jelas dalam memahami pesan yang diterima
- Setiap jenis media yang digunakan sudah pasti memiliki kelemahan dan kelebihan
- Perlu digunakannya berbagai macam variasi media namun tidak perlu berlebihan dalam penggunaannya
- Pengguna media dapat memotivasi sasaran untuk berperan aktif dalam penyampaian informasi atau pesan
- Rencanakan secara matang terlebih sebelum media digunakan atau dikonsumsi sasaran
- Hindari penggunaan media sebagai selingan atau sebagai pengisi waktu kosong saja
- Persiapan yang cukup dalam penggunaan media



INOVASI PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI KESEHATAN

1

SMS *Broadcast*

2

Media sosial

3

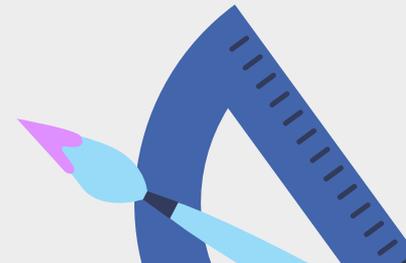
Permainan (*Puzzle*,
ular tangga, kartu
bergambar)

4

Seni (lagu, wayang)

5 3

Khotbah/ceramah



KRITERIA MEDIA PROMOSI KESEHATAN

- Technology* (ketersediaan teknologi dan mudah menggunakan)
- Access* (Media promosi kesehatan harus mudah diakses oleh sasaran)
- Cost* (pertimbangan biaya yang digunakan pada media promosi kesehatan)
- Interractivity* (menimbulkan interaksi oleh pengguna media)
- Organization* (dukungan organisasi atau institusi)
- Novelty* (Kebaruan media yang digunakan)

KALAM HIKMAH

"Orang pesimis melihat kesulitan dalam setiap kesempatan. Tapi orang optimis melihat kesempatan dalam setiap kesulitan"

—SAYYIDINA ALI BIN ABI THALIB