

Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Kota Serang Mengenai Program Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS)

Rahmi Winangsih

Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
Winangsih68@yahoo.com

Hairun Nisa

Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
nisa@yahoo.com

Abstract

Dissemination of information about the Healthy Living Community Movement needs to be done thoroughly, bearing in mind that the number of people with non-communicable diseases has increased significantly from year to year. The right communication strategy needs to be done by Serang City Health Office. Therefore through the Sign Flow Model "?" from Assifi and French, outlining audience determination, setting goals, effective and efficient communication messages, determining media for disseminating information used, evaluating communication activities carried out, and describing supporting and inhibiting factors in socializing the GERMAS Program. The research approach to find the depth of the study uses qualitative methods with constructivist paradigms, able to explore data and information precisely and accurately as a scientific approach. The results showed that the success of the GERMAS program must be massive and supported by all levels of society. Cooperation between the government and the community is a strategic way, so that among them work hard and work hand in hand to make changes, the community has an awareness of a clean and healthy lifestyle.

Keywords: Communication, Strategy, GERMAS

Abstrak

Penyebaran informasi tentang Gerakan Masyarakat Hidup Sehat perlu dilakukan secara menyeluruh, mengingat penderita penyakit tidak menular dari tahun ke tahun jumlah meningkat secara signifikan. Strategi komunikasi yang tepat perlu dilakukan Dinas Kesehatan Kota Serang. Oleh karena itu melalui Model Alur Tanda "?" dari Assifi and French, menguraikan penentuan audien, menyusun tujuan, pesan komunikasi yang efektif dan efisien, menentukan media penyebaran informasi yang digunakan, evaluasi kegiatan komunikasi yang dilakukan, serta menjabarkan factor pendukung dan penghambat dalam menyosialisasikan Program GERMAS. Pendekatan penelitian untuk mencari kedalaman kajian menggunakan metode kualitatif dengan paradigm konstruktivism, mampu menggali data dan informasi secara tepat dan akurat sebagai langkah pendekatan ilmiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan program GERMAS harus dusing secara massif dan didukung oleh semua lapisan masyarakat. Kerja sama antara pemerintah dan masyarakat merupakan cara yang strategis, sehingga diantaranya bekerja keras dan bahu membahu melakukan perubahan masyarakat memiliki kesadaran berpola pikir hidup bersih dan sehat.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi, GERMAS

Pendahuluan

Kesehatan merupakan kondisi yang sehat, baik dilihat dari aspek fisik, mental, spiritual dan maupun social, dimana seseorang hidup produktif secara social dan ekonomi. Pembangunan kesehatan diperlukan untuk menjaga derajat kesehatan masyarakat Indonesia, melalui gerakan pembangunan nasional berwawasan kesehatan, mendorong kemandirian masyarakat untuk sehat, memelihara dan meningkatkan layanan kesehatan bermutu, merata dan terjangkau, baik dari individu, keluarga, dan masyarakat termasuk lingkungan sekitarnya (Siswanto, 2003: 54) Upaya yang dapat dilakukan antara lain dengan meningkatkan (promotif), mencegah (preventif), menyembuhkan (kuratif), dan pemulihan (rehabilitative) (Afenti, 2013: 1)

Penyampaian informasi dan edukasi kesehatan dapat dilakukan melalui sosialisasi yang tidak lepas dari proses komunikasi, hal ini merupakan hal yang penting bagi pemerintah dalam menyampaikan pesan kepada public. Saat ini, Indonesia sedang dihadapkan dengan meningkatnya penyakit tidak menular, seperti jantung, stroke, kanker, diabetes, paru obstruktif kronis (Profil Kesehatan Indonesia, 2016). Permasalahan ini, disebabkan karena pola hidup masyarakat yang tidak sehat, aktivitas fisik kurang, dan pola makan yang kurang baik, serta pemeriksaan kesehatan secara rutin belum menjadi kesadaran yang baik, bagi masyarakat. Hingga pada tahun 2017 kasus penyakit tidak menular terbanyak diderita oleh masyarakat Kota Serang , yaitu hipertensi, gastritis, myalgia, dermatitis, artritis, dan diabetes (Profil Kesehatan Kota Serang, 2017).

Kondisi di atas berdampak pada pembiayaan kesehatan yang harus ditanggung masyarakat dan pemerintah, karena penyakit tidak menular membutuhkan biaya besar, mulai dari puluhan s.d. ratusan juta. Selain itu, peningkatan penyakit tidak menular menyebabkan turunnya produktivitas masyarakat dan daya saing suatu wilayah, yang akhirnya berpengaruh pada kondisi social ekonomi masyarakat Indonesia pada umumnya. Data kementerian kesehatan menunjukkan bahwa pemnyakit katastropik (penyakit berbiaya tinggi) dipandang sebagai beban yang banyak menyerap dana Jasa Kesehatan Nasional, sehingga BPJS kesehatan terus deficit. Terbukti biaya penyakit katastropik menyerap sekitar 30% atau 16,9 triliun dari anggaran JKN. Biaya penyakit katastropik yang harus ditanggung tersendiri dari penyakit jantung (13%), gagal ginjal kronik (7%), kanker (5%), stroke (2%), thalassemia (1%) haemofilia (0,2%), dan leukemia (0,3%) (Mahulae dan Ilyas, 2017: 76)

Berdasarkan data di atas mendorong kementerian Kesehatan RI harus menggalakkan program GERMAS (Gerakan Masyarakat Sehat), agar mampu menjadi solusi bagi persoalan kesehatan di Indonesia, khususnya Kota Serang, sehingga terwujud derajat kesehatan masyarakat lebih baik. GERMAS merupakan tindakan sistematis dan terencana oleh seluruh komponen bangsa secara bersama-sama dengan sadar, mau, dan mampu berperilaku sehat, yang bertujuan meningkatkan kualitas hidup dalam memasyarakatkan paradigma sehat, menekankan pada upaya promotif dan preventif, tanpa mengesampingkan upaya kuratif-rehabilitatif. Kegiatan unggulan yang digalakkan oleh GERMAS, yaitu: melakukan aktivitas fisik, mengonsumsi sayur dan buah, tidak merokok, tidak mengonsumsi alkohol, memeriksa kesehatan secara rutin, membersihkan lingkungan, dan menggunakan jamban.

Beberapa faktor yang mempengaruhi penerimaan informasi dalam melakukan sosialisasi pesan pembangunan, adalah tingkat pengertian dan pemahaman penerima

pesan, aktivitas komunikasi kelompok yang dilakukan komunikator, intensitas komunikasi, metode komunikasi, pencarian informasi, keterlibatan dalam kelompok, dan arah informasi. Sedangkan factor penghambat komunikasi pembangunan diantaranya harapan hidup, perbedaan kebutuhan, prasangka, perhatian, dan keakraban yang masing-masing inividu dan kelompok masyarakat berbeda (Saleh, et.al, 2010: 32) Komunikasi baru berhenti, bila komunikator memberi tanggapan sesuai keinginan penyampai pesan, menerima atau menolak informasi tersebut. Kegagalan menyosialisasikan informasi salah satunya dapat disebabkan oleh persepsi atau cara pandang sasaran kurang tepat (Winangsih, 2018: 162).

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka dapat *dirumuskan masalah penelitian* sebagai berikut: Strategi komunikasi Dinas Kesehatan Kota Serang dalam menyosialisasikan Program Gerakan Masyarakat Hidup Sehat. Sedangkan *identifikasi masalah penelitian* ini, berkaitan dengan bagaimana strategi komunikasi mengidentifikasi target khalayak, menyusun tujuan komunikasi yang ingin dicapai, menetapkan pesan yang disampaikan, menentukan komitmen yang menjadi acuan, dan media komunikasi yang digunakan, tahapan evaluasi komunikasi yang sudah dilakukan, serta mengurai factor-faktor pendukung dan penghambat dari sosialisasi program GERMAS di Kota Serang. *Tujuan penelitian* dilakukan penelitian ini antara lain untuk mengetahui strategi komunikasi mengidentifikasi target khalayak, menyusun tujuan komunikasi yang ingin dicapai, menetapkan pesan yang disampaikan, menentukan komitmen yang menjadi acuan, dan media komunikasi yang digunakan, tahapan evaluasi komunikasi yang sudah dilakukan, serta mengurai factor-faktor pendukung dan penghambat dari sosialisasi program GERMAS di Kota Serang. Adapun *manfaat penelitian* ditinjau secara akademis mampun memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, sedangkan secara praktis dapat menjadi masukan bagi Dinas Kesehatan Kota Serang dalam menyosialisasikan pesan-pesan pembangunan kesehatan kepada masyarakat.

Tinjauan Pustaka

Pengertian Komunikasi menurut Carl I. Hovland merupakan proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan). Gerald R. Miller menyatakan bahwa komunikasi terjadi ketika sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima. Sedangkan Everett M. Rogers berpandangan bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku seseorang. Sosialisasi Program Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Serang merupakan proses komunikasi karena terdiri dari dua komponen yang terdiri dari Dinas Kesehatan Kota Serang sebagai komunikator dan masyarakat sebagai komunikan dimana pesan disampaikan melalui media untuk mengubah perilaku. Fungsi komunikasi adalah untuk menginformasikan, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi.

Dalam berkomunikasi, terdapat beberapa gangguan atau hambatan komunikasi, yaitu: Gangguan teknis yang diakibatkan alat yang digunakan mengalami gangguan/rusak sehingga pesan yang disampaikan tidak sempurna; Gangguan semantic diakibatkan adanya kesalahan dalam penggunaan kata-kata, bahasa, struktur bahasa, dan latar belakang budaya; Gangguan Psikologis biasanya diakibatkan gangguan kejiwaan seseorang, misalnya adanya prasangka, situasi duka, dan lain-lain, hingga pesan tidak dapat dikirimkan atau diterima dengan sempurna. Gangguan Fisik dan

Organik, disebabkan oleh gangguan geografis, karena jaraknya jauh dan terpencil, sehingga sulit dijangkau atau tidak ada sinyal; Gangguan organik bisa juga diakibatkan oleh alat indera yang tidak berfungsi sempurna, karena tunanetra, tunarungu, atau tunawicara; Gangguan status disebabkan jarak social antar peserta komunikasi. Misalnya perbedaan status senior dan junior antara atasan dan bawahan; Sedangkan gangguan kerangka berpikir yang disebabkan perbedaan persepsi komunikator dan komunikan; Gangguan budaya disebabkan oleh adanya perbedaan norma, nilai, dan kebiasaan yang dianut oleh pihak yang berkomunikasi.

Strategi Komunikasi

Strategi dapat artikan sebagai perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan. Namun untuk mencapai tujuan, strategi harus mampu menunjukkan cara operasional yang tepat (Effendy, 2009: 32). Selain itu Rogers memberikan batasan bahwa strategi komunikasi sebagai rancangan mengubah perilaku manusia dalam skala lebih besar melalui penyebaran ide-ide baru (Cangara, 2017: 64). Middleton menyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi yaitu komunikator, pesan, media, penerima dan efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Cangara, 2017: 64).

Model Alur Tanda “?”

Model perencanaan komunikasi alur tanda “?” terdiri dari tujuh (7) langkah, terdiri dari beberapa hal berikut ini:

1. Identifikasi target khalayak (audience)

Tahap ini biasanya dengan melakukan pemetaan pemangku kepentingan, targetnya perorangan atau berkelompok, dengan mempertimbangkan banyaknya lokasi yang dikunjungi secara berkesinambungan agar efektif dan efisien.

2. Tetapkan tujuan yang ingin dicapai

Untuk menetapkan tujuan yang akan dicapai harus mengetahui terlebih dahulu gambaran hasil pemetaan target sasaran. Tujuan harus jelas, perubahan yang dikendaki dapat dipahami dengan baik. Oleh karena itu, diperlukan komitmen yang tinggi untuk mendorong ke arah tercapainya perubahan yang diinginkan.

3. Pikirkan apa yang seharusnya termuat dalam pesan

Dengan memahami tipe khalayak dan tujuan yang ingin dicapai, maka seorang perencana komunikasi harus mampu memilih pesan apa yang sesuai dengan pengetahuan, kebutuhan dan pengalaman khalayak yang menjadi target sasaran. Oleh karena itu tahap pemilihan pesan mnejadi penting dalam memasuki lingkungan khalayak. Setiap khalayak memiliki latar belakang berbeda, maka komunikator perlu memahami kerangka acuan berpikir dan kerangka acuan pengalaman khalayak.

4. Seberapa banyak komitmen yang diperlukan

Pada tahap ini perencana menetapkan tindakan apa yang diperlukan untuk mencapai setiap khalayak. Apa yang diinginkan

khalayak, apakah perubahan itu bentuk pengetahuan, sikap atau perubahan perilaku. Berapa banyak dukungan yang diperlukan untuk melakukan hal ini, diantaranya supporting unit, misalnya kepada kepala kampung, pejabat daerah, para tokoh masyarakat formal dan informal, dan juga dukungan logistic, transportasi dan jaminan keamanan di lokasi.

5. Pilih saluran (media mix) yang tepat

Memilih saluran yang tepat harus mengetahui terlebih dahulu media yang digunakan oleh target sasaran. Jika khalayak tersebar di banyak lokasi, hingga tidak dapat dikenal secara langsung, maka saluran komunikasi yang dapat digunakan adalah media massa atau media alternative lainnya.

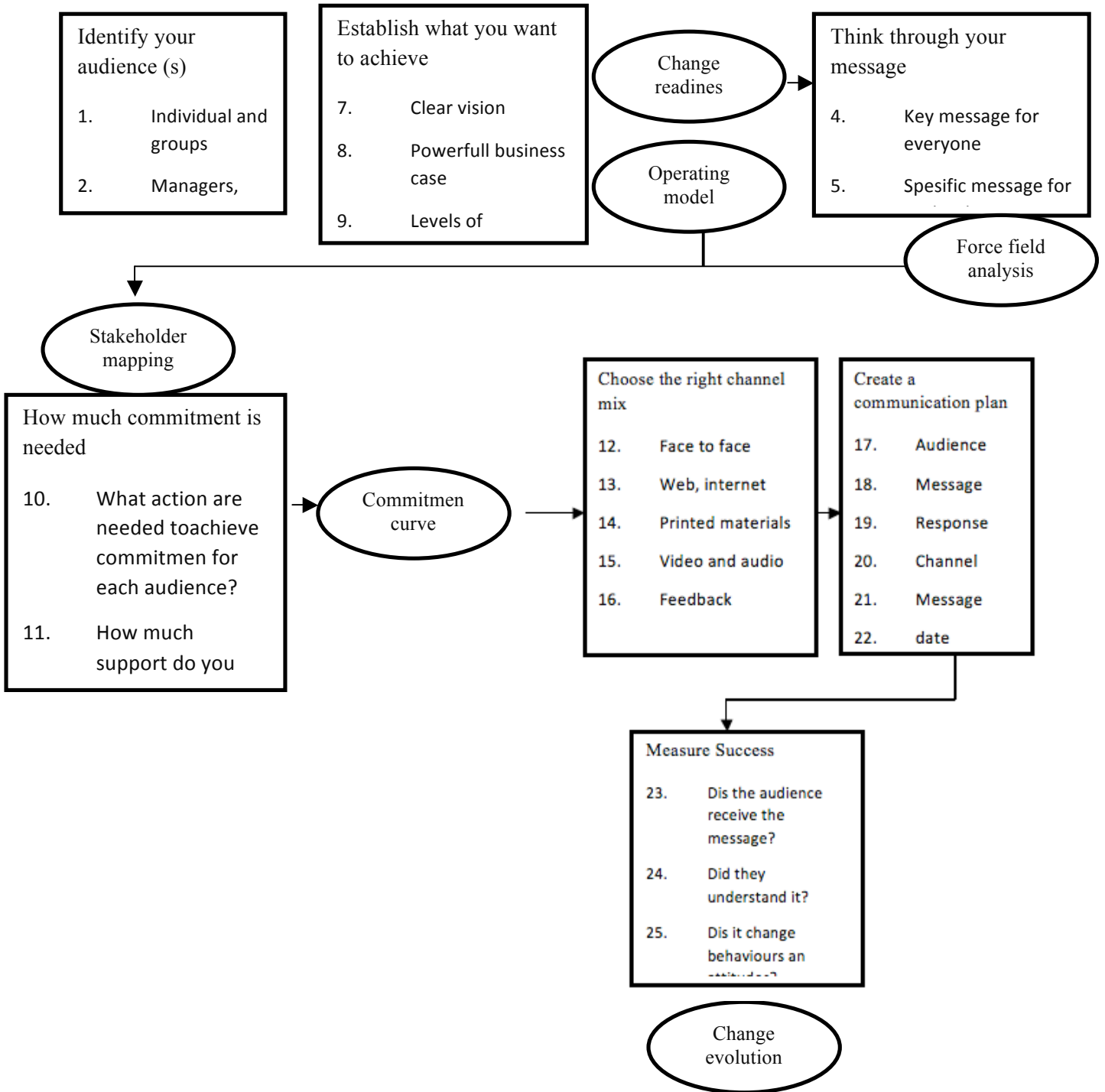
6. Buat Rencana Komunikasi

Setelah berhasil membuat peta khalayak, menyusun tujuan, menetapkan pesan, dan memilih media. Selanjutnya dapat membuat perencanaan komunikasi, misalnya memproduksi media atau memasang kontrak kerja dengan pengusaha periklanan, membuat jadwal kegiatan, memasang baliho, bertatap muka dengan khalayak, penyebarluasan informasi melalui media (on-air) pemasangan stiker, pembagian leaflet atau brosur, sampai pada upaya memperoleh tanggapan balik (respon) dari khalayak.

7. Ukur keberhasilan yang ingin dicapai/evaluasi perubahan

Pada tahap ini, program komunikasi yang sudah dijalankan perlu dievaluasi untuk mengetahui sampai sejauhmana keberhasilan yang diperoleh. Apakah khalayak sudah menerima informasi atau tidak, apakah mereka mengerti dengan isi pesan yang disampaikan, dan apakah ada perubahan sikap dan perilaku khalayak sesuai tujuan program, atau adakah hal baru yang unik dan menarik ditemukan dilapangan yang tidak pernah diantisipasi sebelumnya.

Gambar 1
Model Alur Tanda “?”



(Sumber: Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, (PT Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2017), hlm. 100; dengan beberapa perubahan.)

Gerakan Masyarakat Hidup Sehat

Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) adalah suatu tindakan sistematis dan terencana, dilakukan secara bersama-sama oleh seluruh komponen bangsa dengan sadar, mau, dan mampu berperilaku sehat untuk meningkatkan kualitas hidup. GERMAS merupakan gerakan nasional yang mengedepankan upaya promotif dan preventif, tanpa mengesampingkan upaya kuratif-rehabilitatif dengan melibatkan seluruh komponen bangsa dalam memasyarakatkan paradigma sehat. Tujuan umum GERMAS adalah untuk meningkatkan kesadaran, kemauan, dan kemampuan masyarakat untuk berperilaku sehat dalam upaya meningkatkan kualitas hidup. Sedangkan tujuan khususnya adalah untuk meningkatkan partisipasi dan peran serta masyarakat untuk hidup sehat, meningkatkan produktivitas masyarakat, dan mengurangi beban biaya kesehatan. Peluncuran GERMAS dilakukan serentak di beberapa wilayah, diantaranya Kabupaten Bogor, Bantul, Pandeglang, Madiun, Surabaya, Purbalingga, Batam, Padang Pariaman, Pare-pare, dan Jambi. (Buku Panduan GERMAS, 2016)

Gambar 2
Logo Gernas



Logo GERMAS menggambarkan masyarakat Indonesia hidup sehat melalui aktivitas fisik serta deteksi dini penyakit. Bentuknya menggunakan konsep pita yang bersambung dengan empat (4) warna berbeda. Kerjasama dan komitmen kementerian/lembaga, dunia usaha, organisasi masyarakat dan akademisi, menciptakan masyarakat sehat. Warna-warna yang dipergunakan pada logo mencerminkan warna-warna dari beberapa makanan sehat, seperti buah-buahan dan sayuran yang dikonsumsi sebagai salah satu cara untuk mewujudkan hidup sehat (Buku Panduan GERMAS, 2016).

Dalam rangka mempercepat dan mensinergikan tindakan upaya promotif dan preventif hidup sehat, guna meningkatkan produktivitas penduduk dan menurunkan beban biaya layanan kesehatan akibat penyakit, Presiden RI menginstruksikan kepada: Para Menteri Kabinet Kerja, Kepala Lembaga Pemerintahan Non Kementerian, Direktur Utama Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan, dan Para Gubernur dan Bupati/Walikota.

Untuk menetapkan kebijakan dan mengambil langkah-langkah sesuai, tugas, fungsi, dan kewenangan masing-masing untuk mewujudkan Gerakan Masyarakat Hidup Sehat, melalui: Peningkatan aktivitas fisik, perilaku hidup sehat, pangan sehat dan percepatan perbaikan gizi, pencegahan dan deteksi dini penyakit, peningkatan kualitas lingkungan, dan edukasi hidup sehat.

Berdasarkan Inpres No. 1 Tahun 2017 mengenai Gerakan Masyarakat Hidup Sehat, Kementerian Kesehatan RI menjadi penanggung jawab atas tiga kegiatan utama, yaitu:

- 1) Melaksanakan kampanye Gerakan Masyarakat Hidup Sehat serta meningkatkan advokasi dan pembinaan daerah dalam pelaksanaan kebijakan kawasan tanpa rokok (KTR);
- 2) Meningkatkan pendidikan mengenai gizi seimbang dan pemberian Air Susu Ibu (ASI) eksklusif, serta aktivitas fisik;
- 3) Meningkatkan pelaksanaan deteksi dini di Puskesmas dan menyusun panduan pelaksanaan deteksi dini di instansi pemerintah dan swasta.

GERMAS dapat dilakukan dengan beberapa cara, diantaranya ialah: melakukan aktivitas fisik, mengonsumsi sayur dan buah, tidak merokok, tidak mengonsumsi alcohol, memeriksa kesehatan secara rutin, membersihkan lingkungan dan menggunakan jamban. Pada tahap awal, GERMAS secara nasional dimulai dengan berfokus pada tiga (3) kegiatan, yaitu: Melakukan aktivitas fisik 30 menit per hari, mengonsumsi buah dan sayur, serta memeriksakan kesehatan secara rutin. Aktivitas fisik merupakan bagian dari kehidupan yang dapat dilakukan secara perorangan atau kelompok. Aktivitas fisik yang dilakukan secara teratur setiap harinya akan meningkatkan ketahanan fisik. Aktivitas fisik dapat ditingkatkan menjadi fisik, bila dilakukan secara baik, benar teratur dan terukur. Tujuan aktivitas fisik ialah untuk meningkatkan ketahanan fisik, kesehatan, dan kebugaran masyarakat dengan seluruh masyarakat terutama anak sekolah, ibu hamil, pekerja, dan lansia.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus yang bersifat deskriptif analisis, yang bertujuan memperoleh informasi mengenai keadaan yang sebenarnya, dengan melakukan pendalaman pada sekelompok orang yang dilakukan secara sistematis, factual, dan akurat mengenai fakta dan fenomena yang diteliti. (Consuelo, dkk., 2006: 73) Peneliti akan mencari makna dari data-data yang dikumpulkan dan menyusun pola hubungan tertentu untuk ditafsirkan ke dalam satuan informasi. Selanjutnya, dilakukan klarifikasi ke dalam rincian masalahnya. Konektivitas data tersebut akan menghasilkan sebuah kesimpulan dan jawaban atas pertanyaan peneliti.

Penelitian ini mengangkat permasalahan yang terjadi di Dinas Kesehatan Kota Serang dalam menentukan strategi komunikasi yang tepat untuk menyosialisasikan Program Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS). Dengan menggunakan paradigma konstruktivisme yang memiliki karakteristik khusus, dimana pengamat dan objek penelitian tidak terpisah, namun menjadi satu kesatuan, subjektif dan merupakan hasil perpaduan interaksi antar keduanya (Ruslan, 2004: 29). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui depth interview, observasi dan studi literature, dengan melakukan analisis data melalui pendekatan kualitatif.

Hasil dan Diskusi

Sosialisasi Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) dilakukan dengan tujuan memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pentingnya menerapkan pola hidup sehat. Masyarakat dianjurkan mengonsumsi buah dan sayur setiap hari, melakukan aktivitas fisik minimal 30 menit setiap hari, tidak merokok dan

memeriksa kesehatan secara rutin untuk mendeteksi lebih dini apabila terdapat penyakit di dalam tubuh.

Strategi Komunikasi mengidentifikasi target khalayak (audience), sesuai Inpres No. 1 Tahun 2017 tentang GERMAS, yang menjadi sasaran program ini adalah seluruh masyarakat Indonesia yang bertujuan khusus untuk meningkatkan partisipasi dan peran serta masyarakat untuk hidup sehat, meningkatkan produktivitas masyarakat, dan mengurangi beban biaya layanan kesehatan. Sasaran GERMAS adalah seluruh masyarakat dalam rangka mencapai derajat kesehatan, caranya agar masyarakat dapat menjaga dirinya mampu berpola hidup sehat. Sosialisasi dilakukan, diawali di tingkat OPD, karena tidak sedikit program GERMAS bersinergi dengan lingkup OPD tertentu di lingkungan pemerintah daerah Kota Serang, khususnya mengenai makan sayur dan buah setiap hari, aktivitas fisik, pengecekan kesehatan secara rutin, dan tidak merokok yang berkaitan dengan Perda Kota Serang No. 07 Tahun 2015 mengenai Kawasan Tanpa Rokok (KTR). Hal ini seperti diungkapkan oleh H. Toyalis selaku Kadis Kesehatan Kota Serang, bahwa: "Informasi GERMAS harus sampai ke seluruh pimpinan OPD di lingkungan Pemkot Serang, agar mengetahui pentingnya makan buah dan sayuran, aktivitas olah raga, kemudian menghindari asap rokok jangan sampai mengganggu orang yang tidak merokok dan tidak merokok di tempat umum, sesuai perda KTR." Selain itu, sasaran selanjut adalah yang memegang peranan penting di bidang kesehatan, seperti Ibu lurah, dermawan desa/lurah, dan tim penggerak PKK. Hal ini dilakukan agar para kader dapat memahami program GERMAS, dan mampu menyampaikan kepada masyarakat. Sosialisasi ini dapat bersinergi dengan Forum Kota Serang Sehat, organisasi masyarakat, secara aktif turut berpartisipasi dan berkontribusi positif dalam melakukan gerakan perilaku hidup bersih dan sehat. Sesuai pernyataan H. Embay Mulya Syarief bahwa: "Perlu mengoptimalkan peran Pokja dan Forum Koordinasi Kecamatan Sehat, agar Pemkot lebih serius dalam memberikan pengetahuan dan pemahaman Gerakan Masyarakat Hidup Sehat, karena sehat itu mahal."

Dinkes Kota Serang dalam merancang strategi komunikasi harus menyusun tujuan yang jelas melakukan sosialisasi GERMAS, antara lain: Mengajak masyarakat perokok menghindari kebiasaan merokok, mengenalkan jaminan kesehatan nasional (JKN), dan mengubah pola pikir masyarakat menjadi berperilaku hidup sehat, meningkatkan aktivitas fisik dan membiasakan makan yang sehat lagi baik. Terdapat tiga (3) hal dalam menyusun tujuan dalam berkomunikasi, yaitu: tujuan harus jelas (*clear vision*)² yaitu: 1) membentuk pola pikir masyarakat, menerapkan hidup sehat dimulai dari diri sendiri, keluarga, lingkungan sekitar, dan masyarakat. 2); perubahan yang dikehendaki harus terbaca (*change readiness*)² yaitu: Mengubah tingkat pengetahuan masyarakat lebih baik dalam bentuk perubahan persepsi dan pendapat masyarakat tentang berperilaku hidup bersih dan sehat, serta komitmen yang tinggi (*level of commitment*)² yaitu tanggung jawab yang besar dari seluruh perancang dan pelaksana program didukung oleh seluruh lapisan masyarakat, untuk mengimplementasikan keberhasilan capaian program GERMAS. Perubahan pengetahuan dianggap paling penting, karena pada tahun 2017, masih banyak masyarakat kota Serang penderita PTM. Selain itu, total penduduk lebih dari 18 tahun di wilayah kerja Puskesmas se Kota Serang sebanyak 343.587 orang penderita PTM sebanyak 119.800 orang. Seperti kasus PTM terbanyak di Kota Serang tahun 2017 diantaranya hipertensi, gastritis, myalgia, dematitis, artritis, dan diabetes. Sedangkan pemeriksaan obesitas, sebanyak 16.028 orang penderita obesitas. Laki-laki sebanyak 6.121 orang dan perempuan sebanyak 9.907 orang.

Strategi komunikasi menetapkan pesan, dalam melakukan sosialisasi GERMAS, Dinkes Kota Serang saat ini menekankan pada tiga (3) hal, yaitu: membiasakan masyarakat mengonsumsi buah dan sayur, melakukan aktivitas fisik minimal 30' / hari, dan memeriksa kesehatan secara rutin. Tiga hal tersebut sangat gencar disosialisasikan, karena bila diabaikan menyebabkan seorang penderita PTM. Seperti dijelaskan sebelumnya bahwa Indonesia saat ini tengah menghadapi peningkatan jumlah kesakitan akibat PTM seperti kanker, jantung, diabetes melitus, dan paru obstruktif kronik.

Strategi komunikasi menentukan jumlah komitmen, perubahan yang diharapkan Dinkes Kota Serang adalah mengubah pola pikir masyarakat dan tingkat pengetahuan masyarakat. Selain itu, komitmen Dinkes Serang, memprioritaskan APBD dan dukungan supporting unit kerja, seperti OPD, Kepala desa, Kader Kelurahan, Penggerak PKK, serta para kader yang hadir dalam acara sosialisasi GERMAS kepada masyarakat desa. Selain itu, mengoptimalkan dan membangun ormas yang bergerak dibidang kesehatan seperti Forum Kota Serang sehat.

Strategi Komunikasi pemilihan media, dilakukan dengan mempertimbangkan efektifitas dan efisiensi penggunaan media, baik tatap muka maupun bermedia. Media lain yang digunakan oleh Dinkes Kota Serang, diantaranya media cetak, seperti surat kabar, spanduk, brosur, poster, dan leaflet. Sesuai pernyataan dr. Lenny Suryani, bahwa: sementara ini masih menggunakan media dengan spanduk, brosur, souvenir, poster, leaflet, surat kabar atau radio. Penggunaan media TV dan media lain yang membutuhkan biaya lebih besar, tergantung ketersediaan anggaran.

Strategi komunikasi membuat perencanaan, artinya perilaku hidup sehat di lingkungan masyarakat itu, sudah menjadi gaya hidup, bukan hanya memeriksakan kesehatan pada saat sakit, tetapi melakukan pemeriksaan kesehatan secara rutin. Selain itu, aktivitas fisik dengan cara berolahraga juga dilakukan secara rutin setiap hari, atau minimal satu pekan satu kali.

Strategi komunikasi mengevaluasi perubahan, yang dijadikan parameter dalam hal ini bahwa informasi dinyatakan berhasil diterima oleh khalayak, apabila pada saat sosialisasi mereka aktif untuk bertanya pada sesi tanya jawab. Sedangkan evaluasi penerimaan informasi dari hasil sosialisasi program GERMAS, dengan cara melakukan sesi tanya jawab. Bila masyarakat bertanya, artinya ada yang perlu dijelaskan dari materi GERMAS yang disampaikan penyuluh. Sosialisasi GERMAS dinyatakan berhasil bila mengubah sikap dan perilaku khalayak, bila masyarakat menjadi rajin untuk memeriksakan kesehatan ke Puskesmas, Posyandu, dan Posbindu. Namun bila layanan kesehatan mengalami penurunan pengunjung, maka para penyuluh perlu melakukan kunjungan langsung ke rumah pesakit TPM.

Faktor pendukung dalam melakukan sosialisasi GERMAS, diantaranya adanya kerjasama yang baik antar lintas program yang dimulai dari kepala bidang sampai kepala seksi. Dukungan internal ini sebagai penunjang utama dalam mencapai keberhasilan program. Di samping itu, dukungan pemerintahan Provinsi juga mendukung penyelenggaraan program GERMAS ini, dengan menyelenggarakan sosialisasi bersama. Selain itu menurut dr. Lenny Suryani, bahwa: *"Dalam melakukan sosialisasi Dinkes Kota Serang menyediakan berbagai souvenir sebagai daya tarik masyarakat, dalam bentuk pemberian goodybag, kaos GERMAS, topi, mug, dan tas."* Dengan mengundang seluruh lapisan masyarakat hadir dalam acara tersebut, dengan menyajikan berbagai hiburan, lomba-lomba, senam bersama, makan buah bersama, cek kesehatan. Tiga unsur utama program ini dilaksanakan pada setiap kampanye GERMAS. Masyarakat begitu antusias turut berpartisipasi dalam acara ini.

Sedangkan faktor penghambat dalam melakukan sosialisasi GERMAS, antara lain keterbatasan anggaran, sehingga APBD hanya menganggarkan satu kali kegiatan saja. Oleh karena itu, disiasati dengan melakukan berbagai kegiatan sosialisasi yang bersinerji dengan kecamatan dan kelurahan. Selain itu, tidak sedikit masyarakat Kota Serang yang memiliki budaya tidak sehat, yang sangat bertentangan dengan ajaran islam untuk hidup bersih dan sehat. Menurut H. Embay Mulya Syarief: "Masyarakat Kota Serang untuk hidup sehat masih berat, contoh masih BAB sembarangan, buang sampah sembarangan, padahal dalam ajaran islam sejak abad 15, mengajarkan kebersihan bagian dari iman, keluar masuk kamar mandi baca doa, dengan tatacara masuk kamar mandi menggunakan kaki kiri, keluar kamar mandi dengan kaki kanan. Kebersihan dalam ajaran islam bukan saja bersih tapi suci. Masyarakat berperilaku masih banyak bertentangan dengan ajaran islam." Keterbatasan anggaran untuk dana kesehatan, seharusnya tidak perlu terjadi, mengingat ketentuan aturan bahwa 20% dari anggaran APBD adalah untuk memenuhi kebutuhan kesehatan. Hambatan lain yang juga ditemukan menurut Kadinkes Kota Serang, yaitu: jumlah SDM kesehatan yang belum memadai, lokasi sosialisasi yang kadang sulit terjangkau, serta masyarakat yang belum membudayakan perilaku hidup sehat.

Tiga (3) hal pesan penting dalam program GERMAS, yaitu mengonsumsi sayur dan buah, aktivitas fisik minimal 30' setiap hari, dan memeriksakan kesehatan secara rutin. bila hal ini diabaikan akan menyebabkan seseorang menderita PTM yang menjadi penyakit nomor satu saat ini. Pada dasarnya, penyampaian pesan kunci GERMAS harus disesuaikan dengan kerangka berpikir dan kerangka pengalaman khalayak, karena setiap khalayak memiliki keragaman yang berbeda satu sama lainnya. Program GERMAS ini bersifat edukatif, dilengkapi dengan solusi yang harus dilakukan oleh khalayak, misalnya Para Ibu rumah tangga cara menanam buah di pekarangan rumah, seperti papaya dan manga yang harganya murah namun manfaatnya besar, serta memberikan contoh menjalankan hidup sehat, karena dasarnya sosialisasi GERMAS yang membiasakan diri masyarakat untuk mengerti dan memahami hidup sehat.

Penyebaran pesan dilakukan melalui media dan membuat kontrak kerja sama dengan pengusaha iklan, membuat jadwal kegiatan, memasang baliho, bertatap muka dengan khalayak, penyebarluasan informasi melalui media (on-air), pemasangan stiker, pembagian leaflet atau brosur, dan memantau umpan balik khalayak. Keberhasilan sosialisasi program GERMAS, dapat diamati dari perilaku khalayak dalam mengaplikasikan programnya, diantaranya melakukan aktivitas fisik minimal 30 menit setiap hari, mengonsumsi sayur dan buah, tidak merokok, tidak mengonsumsi alkohol, memeriksa kesehatan secara rutin, membersihkan lingkungan, dan menggunakan jamban. Selain itu, respon khalayak dapat diamati dari perubahan perilaku hidup sehat yang dilakukan, antara lain aktivitas fisik minimal 30 menit per hari, pemeriksaan kesehatan secara rutin, dan menanam buah-buahan dan sayuran di pekarangan rumah. Saat ini, perubahan tersebut mulai terlihat di alun-alun sudah ramai dikunjungi masyarakat untuk berolahraga. Selain itu, beberapa perumahan sudah mengadakan kegiatan senam. Hal serupa juga terjadi di posyandu dan posbindu yang mengalami peningkatan jumlah pengunjung yang memeriksa kesehatannya.

Kesimpulan

Temuan berbagai data dan informasi yang diperoleh dari hasil penelitian, dapat disimpulkan sebagai berikut: Strategi komunikasi mengidentifikasi target khalayak

(*audience*) Dinkes Kota Serang dalam menyosialisasikan GERMAS, adalah seluruh lapisan masyarakat dengan contoh yang diberikan oleh para penggerak program, antara lain OPD terkait, penggerak PKK, Kader-kader kesehatan di kelurahan dan kecamatan, dan ormas kesehatan. Tujuan yang disusun dalam membuat strategi komunikasi harus jelas, mudah dipahami, dan berorientasi pada perubahan tingkat pengetahuan dan perubahan perilaku masyarakat hidup sehat. Pesan yang dikonseptkan dalam melakukan strategi komunikasi menyosialisasikan GERMAS, menekankan pada penyebaran informasi yang menitikberatkan pada derajat kesamaan kerangka acuan berpikir dan kerangka acuan pengalaman khalayak. Dengan tetap memberikan pemahaman mengenai tiga (3) unsur penting dari gerakan masyarakat hidup sehat, yaitu mengonsumsi buah dan sayur, aktivitas fisik untuk selalu berolahraga, dan memeriksakan kesehatan secara rutin.

Komitmen yang terbangun dalam menyusun strategi komunikasi yang menentukan jumlah komitmen Dinkes Kota Serang, dilakukan dengan menetapkan perubahan tingkat pengetahuan masyarakat. Dalam melakukan penyebaran informasi GERMAS mendapat dukungan dari seluruh lapisan masyarakat, baik anggaran, pimpinan daerah, para OPD, kepala desa, Ibu lurah, para kader kesehatan, dan penggerak PKK. Pemilihan media yang digunakan dalam menyusun strategi komunikasi, menyesuaikan media yang digunakan khalayak, baik dalam bentuk media konvensional maupun media social agar efektif dan efisien. Perencanaan komunikasi yang dirancang, mampu menguraikan komponen komunikasi yang tepat dan akurat, agar sesuai capaian keberhasilan program GERMAS. Strategi komunikasi dalam mengevaluasi perubahan yang terjadi di masyarakat, terlihat dari implementasi program yang dilakukan masyarakat utamanya ketiga pesan penting GERMAS, yaitu memakan sayur dan buah, aktivitas fisik yang teratur, dan memeriksa kesehatan secara rutin, sehingga penyakit tidak menular tidak menjadi wabah di derita oleh masyarakat Kota Serang. Faktor pendukung keberhasilan capaian program GERMAS, selain disikapi secara positif oleh seluruh lapisan masyarakat alaupun implementasi masih rendah. Sosialisasi dilakukan dengan membagikan berbagai souvenir, senam bersama, berbagai hiburan menarik disajikan, dan cek kesehatan bersama para pemangku kepentingan. Namun tidak sedikit hambatan yang dialami dalam melakukan sosialisasi GERMAS, antara lain keterbatasan anggaran, budaya sehat masyarakat yang masih rendah, serta lokasi sosialisasi yang sulit terjangkau.

Referensi

- Ardianto, Elvinaro. (2010). Metode Penelitian untuk Public Relations, Kualitatif dan Kuantitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Afenti, Aryunistya, 2013. Penatalaksanaan Fisioterapi Pada Kondisi Post Fraktur Colles Dextra Di RS PKU Muhammadiyah Surakarta. Univ. Muhammadiyah: Surakarta.
- Buku Panduan GERMAS, 2016
- Bungin Burhan. (2003). Analisis Data Penelitian Kualitatif Pemahaman Filosofis dan Metodologis Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi. Jakarta :PT Raja Grafindo Persada.

- Cangara, Hafied. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. (2009). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Inpres No. 1 Tahun 2017 Tentang Gerakan Masyarakat Hidup Sehat.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A, Foss. (2014). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy. J. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Mundiah, 2015 *Komunikasi Persuasif Dinas Kesehatan Kota Serang Dalam Penyuluhan Jamban Sehat (Studi Kasus Di Masyarakat Kelurahan Cipete dan Cilaku Kec. Curug. Untirta.*
- Profil Kesehatan Kota Serang, 2017
- Rofikoh, Siti. 2018. *Strategi Komunikasi dalam mencegah kekerasan terhadap perempuan dan anak (Studi Pada Dinas Keluarga Berencana Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3AKB) Kabupaten Serang, Untirta.*
- Sihabudin, Ahmad & Rahmi Winangsih, (2008). *Komunikasi Antarmanusia*. Serang: Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNTIRTA.
- Trina Dhamartika. 2018. *Strategi Komunikasi dalam Pencegahan HIV/AIDS di Provinsi Banten (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Komisi Penanggulangan AIDS engan menggunakan Model Perencanaan Komunikasi, Philip Lesly), Untirta.*
- Winangsih, R. 2018. *Analisis Sistem Sosial Terhadap Adopsi Inovasi Kelestarian Lingkungan*. Prosiding Seminar Nasional Prodi Ilmu Pemerintahan FISIP Untirta.