

METODE & MEDIA PROMOSI KESEHATAN

OLEH : DECY SITUNGKIR, SKM, M.KKK

1. PENDAHULUAN

Salah satu upaya untuk mencapai derajat kesehatan masyarakat yang setinggi-tingginya adalah dengan melakukan pendidikan kesehatan atau promosi kesehatan. Promosi kesehatan pada hakikatnya merupakan suatu kegiatan atau usaha menyampaikan pesan kesehatan kepada masyarakat, kelompok atau individu. Dalam mencapai tujuan akhirnya yaitu perubahan perilaku dapat dilakukan dengan beberapa pendekatan (misalnya medik, perilaku, berpusat pada klien), beberapa model (seperti Health belief model, Social cognitive theory), beberapa strategi (advokasi, kemitraan, pemberdayaan masyarakat). Dan dalam melaksanakan semua itu perlu komunikasi yang baik. Dalam menyampaikan informasi-informasi kesehatan tersebut memerlukan media atau alat peraga agar pesannya bisa sampai pada sasaran.

2. METODE

Pencapaian suatu kegiatan promosi kesehatan dipengaruhi oleh beberapa faktor mulai dari faktor metode, faktor materi, faktor pendidik atau promotor yang menyampaikan pesannya dan media atau alat peraga yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Agar maksimal maka faktor-faktor tersebut harus bekerja sama dengan harmonis. Hal ini berarti untuk sasaran tertentu harus menggunakan metode tertentu, materinya juga disesuaikan dan alat peraga atau medianya. Metode merupakan cara atau pendekatan tertentu. dalam proses belajar, pendidik harus dapat memilih dan menggunakan metode (cara) mengajar yang cocok atau relevan, sesuai dengan kondisi setempat. Dengan kata lain kecermatan pemilihan metode sangat diperlukan dalam mencapai tujuan promosi kesehatan tersebut.

Secara garis besar, metode dibagi

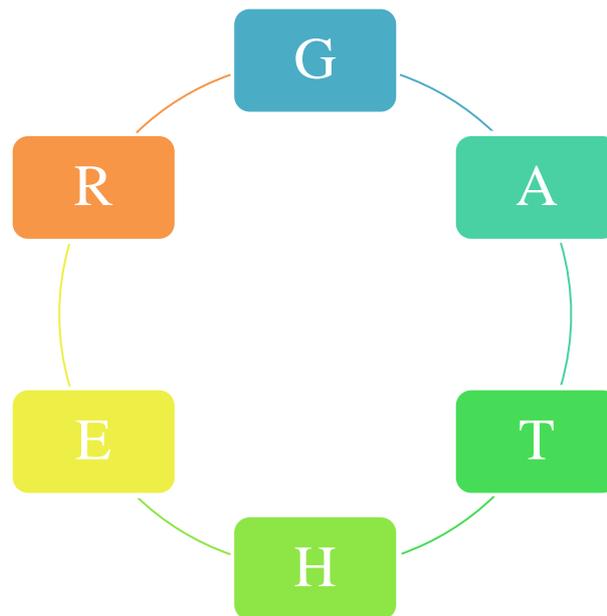
Berdasarkan sasarannya, jenis metode promosi kesehatan antara lain :

a. Individu

1) Bimbingan dan konseling (*Guidance and counseling*)

Bimbingan berisi penyampaian informasi yang berkenaan dengan masalah pendidikan, pekerjaan, pribadi dan masalah social yang disajikan dalam bentuk pelajaran. Tujuan informasi dalam bimbingan untuk memperbaiki dan mengembangkan pemahaman diri dan orang lain dan secara tidak langsung merubah sikap.

Konseling merupakan proses belajar yang bertujuan memungkinkan konseli (peserta didik) mengenal dan menerima diri sendiri serta realistis dalam proses penyelesaian dengan lingkungannya. (Nurihsan, 2005). Konseling menjadi strategi utama dalam proses bimbingan dan merupakan teknik standard an tugas pokok seorang konselor di pusat pendidikan. Dengan konseling maka konseli dibantu untuk memecahkan masalah-masalah pribadi (social atau emosional), mengerti diri, mengeksplorasi diri dan dapat memimpin diri sendiri dalam suatu masyarakat serta membantu mengembangkan kesehatan mental, perubahan sikap dan tingkah laku.



Gambar 1. Tip Konseling

Proses konseling antara lain :

G ---> Greet client warmly (menyambut klien dengan hangat)

A ---> Ask client about themselves (menanyakan tentang keadaan mereka)

T ---> Tell client about their problem (menanyakan masalah-masalah yang mereka hadapi)

H ---> Help client solve their problem (membantu pemecahan masalah yang mereka hadapi)

E ---> Explain how to prevent to have the same problem (menjelaskan bagaimana mencegah terjadinya masalah yang sama)

R ---> Return to follow up (melakukan tindak lanjut konseling)

2) Wawancara (*Interview*)

Wawancara ini dilakukan untuk menggali informasi mengapa klien tidak atau belum menerima perubahan, mengapa klien tertari atau belum menerima perubahan dan untuk mengetahui apakah perilaku yang sudah atau yang akan diadopsi itu mempunyai dasar pengertian dan kesadaran yang kuat.

b. Kelompok

✓ Kelompok Besar

1) Ceramah

Ceramah adalah pidato yang disampaikan oleh seorang pembicara di depan sekelompok pengunjung atau pendengar. Syarat menggunakan metode ceramah jika :

- a. Waktu untuk penyampaian informasi terbatas
- b. Orang yang mendengarkan sudah termotivasi
- c. Pembicara menggunakan gambar dalam kata-kata
- d. Kelompok terlalu besar untuk memakai metode lain
- e. Ingin menambah atau menekankan apa yang sudah dipelajari
- f. Mengulangi, memperkenalkan atau mengantarkan suatu pelajaran atau aktivitas
- g. Sasaran dapat memahami kata-kata yang digunakan

Tabel 1. Kelebihan dan Kekurangan Metode Ceramah

Kelebihan	Kelemahan
Dapat dipakai pada orang dewasa	Menghalangi respons dari pendengar
Menghabiskan waktu dengan baik	Hanya sedikit pengajar yang dapat menjadi pembicara yang baik
Dapat dipakai pada kelompok yang besar	Pembicara harus menguasai pokok pembicaraan
Tidak terlalu melibatkan banyak alat bantu	Dapat menjadi kurang menarik
Dapat dipakai sebagai penambah bahan yang mudah dibaca	Pembicara kurang dapat memanfaatkan pendengar
Dapat dipakai untuk mengulang atau member pengantar pada pelajaran atau aktivitas	Sulit digunakan oleh anak-anak
	Daya ingat biasanya terbatas
	Biasanya hanya satu indra yang dipakai

	Pembicara tidak selalu dapat menilai reaksi pendengar
--	---

Kunci keberhasilan pelaksanaan ceramah adalah bila penceramah dapat menguasai sasaran ceramah, untuk itu penceramah dapat melakukan hal-hal berikut :

- a. Sikap dan penampilan yang meyakinkan, tidak boleh bersikap ragu-ragu dan gelisah
- b. Suara hendaknya cukup keras dan jelas
- c. Pandangan harus tertuju ke seluruh peserta ceramah
- d. Berdiri di depan (di pertengahan), sebaiknya tidak duduk
- e. Menggunakan alat-alat bantu/ alat peraga lihat semaksimal mungkin

2) Seminar

Seminar adalah suatu penyajian (presentasi) dari satu atau beberapa ahli tentang suatu topik yang dianggap penting dan biasanya dianggap hangat di masyarakat. Metode ini cocok hanya untuk kelompok besar dengan pendidikan menengah ke atas.

✓ Kelompok Kecil

Untuk kelompok kecil (sasaran berjumlah kurang dari 15 orang) metode yang dapat dipakai dalam promosi kesehatan dapat dilakukan dengan cara diskusi kelompok, curah pendapat (brain storming), snowball, Buzz group (kelompok studi kecil), bermain peran (role play) dan simulasi.

1) Diskusi kelompok

Adalah percakapan yang direncanakan atau dipersiapkan diantara tiga orang atau lebih tentang topik tertentu dan salah seorang diantaranya memimpin tersebut. Agar diskusi kelompok berjalan baik dan hidup, pemimpin diskusi diharapkan aktif dalam mengarahkan dan mengatur sedemikian rupa sehingga semua orang dapat kesempatan untuk berbicara sehingga tidak menimbulkan dominasi dari salah seorang peserta.

2) Curah pendapat (Brain storming)

Metode ini merupakan modifikasi metode diskusi kelompok. Pada umumnya, prinsipnya sama dengan diskusi kelompok, bedanya pada permulaan pemimpin kelompok memancing dengan satu masalah dan kemudian tiap peserta memberikan jawaban atau tanggapan (curah pendapat) yang kemudian jawaban-jawaban tersebut ditampung dan ditulis pada flipchart atau papan tulis.

3) Bola salju (Snow balling)

Model dari metode ini adalah membagi sasaran dalam pasangan-pasangan (1 pasangan 2 orang) kemudian dilontarkan suatu pertanyaan atau masalah. Setelah lebih kurang 5 menit maka tiap 2 pasang bergabung menjadi satu. Mereka tetap mendiskusikan masalah tersebut dan mencari kesimpulannya. Kemudian tiap 2 pasang yang sudah beranggotakan 4 orang ini bergabung lagi dengan pasangan lainnya dan demikian seterusnya sehingga akhirnya akan terjadi diskusi seluruh anggota kelompok.

4) Kelompok-kelompok kecil (Buzz group)

Metode ini digunakan jika terdapat kondisi sebagai berikut :

- a. Kelompok terlalu besar sehingga tidak memungkinkan setiap orang berpartisipasi
- b. Pokok pembahasan dapat dipecah dalam beberapa segi
- c. Terdapat anggota kelompok yang kurang aktif dalam kegiatan kelompok
- d. Waktu terbatas
- e. Ingin menciptakan suasana yang menyenangkan di dalam kelompok.

Tabel 2. Kelebihan dan Kekurangan *Buzz Group*

Kelebihan	Kekurangan
1. Mendorong peserta yang malu-malu	1. Memungkinkan terbentuknya kelompok yang tidak tahu apa-apa
2. Menciptakan suasana yang menyenangkan	2. Diakui mungkin berputar-putar
3. Memungkinkan pembagian tugas kepemimpinan	3. Mungkin terdapat pemimpin yang lemah
4. Menghemat waktu	4. Laporan mungkin tidak tersusun dengan baik
5. Memupuk kepemimpinan	5. Sebelumnya perlu belajar agar mencapai hasil yang baik
6. Memungkinkan pengumpulan pendapat dari sebanyak mungkin peserta	6. Banyak memakan waktu untuk persiapan
7. Dapat dipakai bersama metode lain	
8. Memberi variasi pada proses belajar	

5) Role play (Memainkan peranan)

Role play adalah permainan sebuah situasi dalam hidup manusia dengan atau tanpa melakukan latihan sebelumnya. Metode ini dimainkan oleh beberapa orang untuk dipakai sebagai bahan analisis oleh kelompok. Dalam metode ini, para peserta diminta untuk memerankan bagian-bagian dari berbagai karakter dalam suatu kasus. Metode ini tepat digunakan jika dalam kondisi berikut :

- a. Peserta perlu mengetahui lebih banyak tentang pandangan yang berlawanan
- b. Peserta mempunyai kemampuan untuk memakainya
- c. Bertujuan membantu peserta memahami suatu masalah
- d. Ingin mencoba mengubah sikap peserta
- e. Pengaruh emosi dapat membantu dalam penyajian masalah
- f. Digunakan untuk pemecahan masalah

Tabel 3. Kelebihan dan Kekurangan *Role Play*

Kelebihan	Kekurangan
1. Segera mendapat perhatian	1. Berpotensi memunculkan masalah asosialisasi dengan pemerannya
2. Dapat dipakai pada kelompok besar maupun kecil	2. Banyak yang tidak senang memainkan suatu peran
3. Membantu rasa percaya diri peserta	3. Membutuhkan pemimpin yang terlatih
4. Membantu anggota memperoleh pengalaman yang dialami oleh orang lain	4. Terbatas pada beberapa situasi saja
5. Membangkitkan semangat untuk pemecahan masalah	5. Kesulitan melakukan suatu peran

6) *Simulation game* (Permainan simulasi)

Simulasi adalah suatu cara peniruan karakteristik-karakteristik atau perilaku-perilaku tertentu dari dunia riil sehingga para peserta latihan dapat bereaksi seperti pada keadaan sebenarnya. Dengan demikian, jika peserta pelatihan kembali ke tempat kerjanya telah biasa melakukan pekerjaan yang disimulasikan. Metode ini merupakan gambaran antara bermain peran dan diskusi kelompok. Metode simulasi mencakup hal-hal berikut :

- a. Simulator alat-alat (misalnya simulator alat-alat suntuik bagi pendidikan dokter atau perawat dan simulator sumur pompa tangan bagi pendidikan sanitasi)
- b. Studi kasus (case study). Para peserta pelatihan diberikan kasus, kemudian dipelajari dan didiskusikan. Metode kasus sangat sesuai untuk mengembangkan keterampilan memecahkan masalah.
- c. Permainan peran
- d. Teknik di dalam keranjang (in basket technique) ---> memberikan bermacam-macam persoalan kepada peserta pelatihan. Dengan kata lain, peserta latihan diberi suatu basket atau keranjang yang penuh dengan bermacam-macam persoalan yang harus diatasi. Selanjutnya, peserta diminta memecahkan masalah-masalah tersebut sesuai dengan teori dan pengalaman yang dimiliki, mulai dari perencanaan sampai evaluasi

c. Massa (Publik)

Metode promosi kesehatan secara massa dipakai untuk mengkomunikasikan pesan-pesan kesehatan yang ditujukan kepada masyarakat yang sifatnya massa atau publik. Beberapa contoh metode promosi kesehatan secara massa antara lain :

- 1) Ceramah umum
- 2) Pidato-pidato/diskusi tentang kesehatan melalui media elektronik baik TV maupun radio pada hakikatnya merupakan bentuk promosi kesehatan massa
- 3) Simulasi ---> dialog antara pasien dengan dokter atau petugas kesehatan lainnya tentang suatu penyakit atau masalah kesehatan
- 4) Tulisan-tulisan di majalah atau Koran, baik dalam bentuk artikel maupun Tanya jawab atau konsultasi tentang kesehatan dan penyakit adalah bentuk pendekatan promosi kesehatan massa.
- 5) Bill board ---> dipasang di pinggir jalan, spanduk, poster dan sebagainya.

3. ASPEK PEMILIHAN METODE

Pemilihan metode belajar yang efektif dan efisien harus mempertimbangkan hal-hal berikut :

- a) Hendaknya disesuaikan dengan tujuan pendidikan
- b) Bergantung pada kemampuan guru atau pendidiknya
- c) Kemampuan pendidik
- d) Bergantung pada besarnya kelompok sasaran atau kelas
- e) Harus disesuaikan dengan waktu pemberian atau penyampaian pesan tersebut
- f) Hendaknya mempertimbangkan fasilitas-fasilitas yang ada.

4. MEDIA

Media asal dari bahasa latin “medius” → arti : tengah, perantara, atau pengantar. Media → perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan.

Media / alat peraga dalam promosi kesehatan ---> alat bantu promosi kesehatan. Media adalah semua sarana atau upaya untuk menampilkan pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator

Media promosi kesehatan → alat-alat merupakan saluran (channel) untuk menyampaikan informasi, mempermudah penerimaan pesan-pesan kesehatan bagi masyarakat atau pelayan.

Media adalah alat yang digunakan oleh pendidik dalam menyampaikan pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh promotor kesehatan atau

praktisi kesehatan, baik melalui media cetak, elektronika dan media luar ruang sehingga sasaran dapat meningkatkan pengetahuannya yang akhirnya diharapkan dapat berubah perilakunya kearah yang positif atau lebih baik.

5. MANFAAT MEDIA

Manfaat media antara lain :

- a) menimbulkan minat sasaran
- b) mencapai sasaran yang lebih banyak
- c) membantu mengatasi banyak hambatan dalam pemahaman
- d) merangsang sasaran untuk meneruskan pesan pada orang lain
- e) memudahkan penyampaian informasi
- f) memudahkan penerimaan informasi oleh sasaran
- g) mendorong keinginan untuk mengetahui, mendalami dan mendapat pengertian yang lebih baik
- h) membantu menegakkan pengertian yang diperoleh yaitu menegakkan pengetahuan yang telah diterima sehingga apa yang diterima lebih lama tersimpan dalam ingatan
- i) menurut penelitian, organ yang paling banyak menyalurkan pengetahuan adalah mata. Lebih kurang 75%-87% pengetahuan manusia diperoleh dan disalurkan melalui mata dan 13%-25% lainnya tersalurkan melalui indra lain ---> lebih banyak menggunakan alat-alat visual karena akan mempermudah cara penyampaian dan penerimaan informasi oleh masyarakat.

6. JENIS-JENIS MEDIA PROMOSI

- 1) Media cetak, yaitu suatu media statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Pada umumnya, media cetak terdiri dari gambaran sejumlah kata, gambar atau foto dalam tata warna. Jenis-jenis media cetak antara lain :
 - a. Poster ---> bentuk media yang berisi pesan-pesan atau informasi kesehatan yang biasanya ditempel di dinding, tempat-tempat umum atau kendaraan umum. Sifatnya pemberitahuan dan propaganda.



Gambar 2. Poster Menjaga Bumi

- b. Leaflet ---> bentuk penyampaian informasi atau pesan-pesan kesehatan melalui lembaran yang dilipat. Isi informasi berupa kalimat, gambar atau kombinasi



Gambar 3. Leaflet Stress

- c. Buklet ---> menyampaikan pesan dalam bentuk buku baik berupa tulisan maupun gambar



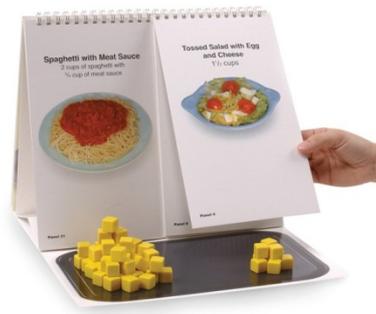
Gambar 4. Buklet Tumbuh dan Kembang Bayi

d. Flyer (selebaran) ---> seperti leaflet tetapi tidak dilipat



Gambar 5. Flyer Makanan Sehat

e. Flip chart (lembar balik) ---> dalam bentuk buku dimana setiap lembar (halaman) berisikan gambar yang diinformasikan dan lembar baliknya (belakang) berisikan kalimat sebagai pesan atau informasi yang berkaitan dengan gambar tersebut.



Gambar 6. Flip Chart Makanan Sehat

- f. Rubrik ---> tulisan-tulisan pada surat kabar atau majalah yang membahas suatu masalah kesehatan atau hal-hal yang berkaitan dengan kesehatan
- g. Foto ---> mengungkapkan informasi kesehatan

Tabel 4. Kelebihan dan Kekurangan Media Cetak

Kelebihan	Kekurangan
<ul style="list-style-type: none"> a. Tahan lama b. Mencakup banyak orang c. Biaya tidak tinggi d. Tidak perlu listrik e. Dapat dibawa kemana-mana 	<ul style="list-style-type: none"> a. Media ini tidak dapat menstimulur efek suara dan efek gerak

f. Dapat mengungkit rasa keindahan g. Mempermudah pemahaman h. Meningkatkan gairah belajar	b. Mudah terlipat
--	-------------------

- 2) Media elektronik yaitu suatu media bergerak dan dinamis, dapat dilihat dan didengar dalam menyampaikan pesannya melalui alat bantu elektronik. Contohnya : TV, radio, film, video film, kaset, CD dan VCD

Tabel 5. Kelebihan dan Kekurangan Media Elektronik

Kelebihan	Kekurangan
a. Sudah dikenal masyarakat b. Mengikutsertakan semua panca indra c. Lebih mudah dipahami d. Lebih menarik karena ada suara dan gambar bergerak e. Bertatap muka f. Penyajian dapat dikendalikan g. Jangkauan relatif lebih besar h. Alat diskusi yang dapat diulang-ulang	a. Biaya lebih tinggi b. Sedikit rumit c. Perlu listrik d. Perlu alat canggih untuk produksinya e. Perlu persiapan matang f. Peralatan selalu berkembang dan berubah g. Perlu keterampilan penyimpanan h. Perlu terampil dalam pengoperasian

- 3) Media luar ruang yaitu media yang menyampaikan pesannya di luar ruang melalui media cetak dan elektronik secara statis misalnya : papan reklame, spanduk, pameran, banner dan TV layar lebar

Tabel 6. Kelebihan dan Kekurangan Media Luar Ruang

Kelebihan	Kekurangan
a. Sebagai informasi umum dan hiburan b. Mengikutsertakan semua panca indra c. Lebih mudah dipahami d. Lebih menarik karena ada suara dan gambar bergerak e. Bertatap muka f. Penyajian dapat dikendalikan g. Jangkauan relatif lebih besar	a. Biaya lebih tinggi b. Sedikit rumit c. Ada yang memerlukan listrik d. Ada yang memerlukan alat canggih untuk produksinya e. Perlu persiapan matang f. Peralatan selalu berkembang dan berubah g. Perlu keterampilan penyimpanan h. Perlu keterampilan dalam

	pengoperasian
--	---------------

7. CIRI-CIRI MEDIA PEMBELAJARAN

Tiga ciri media yang merupakan petunjuk mengapa media digunakan dan apa saja yang dapat dilakukan media yang mungkin penyaji tidak mampu melakukannya yaitu :

- a) Ciri fiksatif ---> menggambarkan kemampuan media merekam, menyimpan, melestarikan dan merekonstruksi suatu peristiwa atau objek
- b) Ciri manipulatif ---> transformasi suatu kejadian atau objek dimungkinkan karena media memiliki ciri manipulative. Kejadian ini memakan waktu sehari-hari dapat disajikan kepada audience dalam waktu 2 atau 3 menit dengan teknik pengambilan gambar time-laps recording
- c) Ciri distributif ---> memungkinkan suatu objek atau kejadian ditransformasikan melalui ruang dan secara bersamaan kejadian tersebut disajikan kepada sejumlah besar audience dengan stimulus pengalaman yang relatif sama mengenai kejadian itu.

8. KRITERIA MEMILIH MEDIA PEMBELAJARAN

Keberhasilan menggunakan media dalam proses pembelajaran untuk meningkatkan hasil belajar tergantung pada isi pesan, cara menjelaskan pesan dan karakteristik penerima pesan. Namun, secara operasional ada sejumlah pertimbangan dalam memilih media pembelajaran yang tepat, yaitu :

a. Access

Kemudahan akses menjadi pertimbangan pertama dalam memilih media, apakah media yang diperlukan itu tersedia, mudah dan dapat dimanfaatkan oleh audience. Misalnya kita mau menggunakan media internet maka perlu dipertimbangkan terlebih dahulu apakah ada saluran untuk koneksi ke internet, adakah jaringan teleponnya, dan sebagainya.

b. Cost

Biaya juga harus menjadi pertimbangan. Media pembelajaran yang canggih biasanya mahal. Namun biaya itu harus kita hitung dengan aspek manfaat sebab semakin banyak yang menggunakan maka unit cost dari sebuah media akan semakin menurun.

c. Technology

Kita mungkin saja tertarik kepada suatu media tertentu tetapi kita perlu memerhatikan apakah teknisnya tersedia dan mudah menggunakannya. Misalnya kita ingin menggunakan media audio visual promosi, perlu kita

pertimbangkan apakah ada aliran listriknya, apakah voltase listriknya cukup dan sesuai, bagaimana cara mengoperasikannya.

d. Interactivity

Media yang baik adalah yang dapat memunculkan komunikasi dua arah atau interaktivitas. Semua kegiatan pembelajaran yang akan dikembangkan oleh penyaji tentu saja memerlukan media yang sesuai dengan tujuan pembelajaran tersebut.

e. Organization

Dukungan organisasi adalah pertimbangan yang juga penting dalam melakukan kegiatan promosi kesehatan. Misalnya apakah pimpinan sekolah apimimpinan yayasan mendukung, apakah di sekolah tersedia sarana yang disebut pusat sumber belajar.

f. Novelty

Kebaruan dari media yang akan dipilih juga harus menjadi pertimbangan. Sebab media yang lebih baru biasanya lebih baik dan lebih menarik bagi *audience*.

9. HIMBAUAN DALAM MEDIA PEMBELAJARAN

Dalam media promosi, pesan dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain atau pesan itu untuk menghimbau khalayak sasaran agar mereka menerima dan melaksanakan gagasan kita, yang perlu diperhatikan adalah :

a) *Himbauan rasional*

Hal ini didasarkan pada anggapan bahwa manusia pada dasarnya makhluk rasional, contoh pesan “Datanglah ke posyandu untuk imunisasi anada anda. Imunisasi melindungi anak dari penyakit berbahaya” para ibu mengerti pesan itu, namun kadang tidak bertindak karena keraguan.

b) *Himbauan emosional*

Kebanyakan perilaku manusia terutama kaum ibu lebih didasarkan pada emosi daripada hasil pemikiran rasional. Contoh : “ Diare penyakit berbahaya, merupakan penyebab kematian bayi. Cegahlah dengan stop BAB sembarangan”. Kemudian kombinasikan dalam poster hubungan gagasan dengan unsure visual dan non verbal misalnya dengan gambar anak balita sakit kemudia tertera pesan “Lindungi Anak Anda”.

c) *Himbauan ketakutan*

Penggunaan himbauan dengan pesan yang menimbulkan ketakutan harus digunakan secara berhati-hati. Sebagaimana orang yang mempunyai kepribadian yang kuat justru tidak takut dengan himbauan semacam ini, tetapi sebaliknya kelompok orang yang memiliki tingkat kecemasan tinggi, pesan semacam ini akan lebih efektif.

d) **Himbau ganjaran**

Pesan dengan himbauan ganjaran dimaksudkan menjanjikan sesuatu yang diperlukan dan diinginkan oleh si penerima pesan. Teknik seperti ini memang masuk akal karena pada kenyataannya orang akan lebih banyak mengubah perilakunya bila akan memperoleh imbalan yang cukup.

e) **Himbau motivasi**

Maksudnya adalah memberikan pesan dengan menggunakan bahasa himbauan motif yang menyentuh kondisi internal diri si penerima pesan. Misalnya lewat dorongan kebutuhan biologis seperti lapar, haus, keselamatan atau lewat dorongan psikologis seperti kasih sayang, keagamaan, prestasi dan lain-lain.

10. PERANCANGAN MEDIA PROMOSI

Media promosi kesehatan yang baik adalah media yang mampu memberikan informasi atau pesan-pesan kesehatan yang sesuai dengan tingkat penerimaan sasaran sehingga sasaran mau dan mampu untuk mengubah perilaku sesuai dengan pesan yang disampaikan. Untuk menghasilkan media promosi kesehatan yang baik dan tepat sasaran maka perlu melakukan langkah-langkah berikut :

- a) Menganalisis kebutuhan dan karakteristik audience
- b) Menetapkan tujuan instruksional (standar kompetensi) secara operasional dan khas
- c) Menetapkan segmentasi sasaran
- d) Mengembangkan positioning pesan
- e) Menentukan strategi positioning
- f) Memilih media promosi kesehatan
- g) Merumuskan butir-butir materi secara terperinci yang mendukung tercapainya tujuan
- h) Mengembangkan alat pengukur keberhasilan
- i) Menulis naskah media
- j) Mengadakan tes dan revisi

DAFTAR PUSTAKA

- Ewless & Simnett. 2017. Promoting Health A Practical Guide. UK : Elsevier.
- Kholid, A. 2015. Promosi Kesehatan Dengan Pendekatan Teori Perilaku, Media dan Aplikasinya. Jakarta : Rajawali Pers.
- Liliweri, A. 2013. Dasar-dasar Komunikasi Kesehatan. Jogjakarta : Pustaka Pelajar
- Maulana J. D. H. 2009. Promosi Kesehatan. Jakarta : EGC
- Notoatmodjo, S. 2010. Promosi Kesehatan : Teori & Aplikasi. Jakarta : Rineka Cipta