

**LAPORAN PELAKSANAAN MAGANG  
DI DINAS KESEHATAN KOTA SURABAYA**

**MEDIA YANG DIGUNAKAN PADA UPAYA PENCEGAHAN  
PENYAKIT DEMAM BERDARAH DINAS KESEHATAN KOTA  
SURABAYA**



**Oleh :**

**BLASIUS HASNI D.**

**NIM. 101511133224**

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KESEHATAN MASYARAKAT  
FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA**

**2019**

**LAPORAN PELAKSANAAN MAGANG**  
**DI DINAS KESEHATAN KOTA (DKK) SURABAYA**

Disusun Oleh:

**BLASIUS HASNI D.**

**NIM. 101511133224**

Telah disahkan dan diterima baik oleh:

Pembimbing Departemen,

Tanggal .....

Ira Nurmala, S.K.M., MPH., PhD

NIP. 197710172003122001

Pembimbing di DKK Surabaya,

Tanggal .....

drg. Chandra K, M.Kes

NIP. 198004212005012009

Mengetahui

Ketua Departemen Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku,

Tanggal .....

Pulung Siswantara, S.K.M., M.Kes

NIP. 198204242005011001

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat terselesaikannya Laporan Pelaksanaan Magang dengan judul “**MEDIA YANG DIGUNAKAN PADA UPAYA PENCEGAHAN PENYAKIT DEMAM BERDARAH DINAS KESEHATAN KOTA SURABAYA**”, yang dilaksanakan sebagai salah satu syarat akedemisi dalam rangka semester VIII minat Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga.

Tujuan pelaksanaan magang ini adalah untuk mempelajari kegiatan yang dilaksanakan oleh Dinas Kesehatan Kota Surabaya dalam melakukan promosi kesehatan dalam upaya pencegahan penyakit Demam Berdarah Dengue khususnya di kota Surabaya serta menganalisis hasil-hasil yang telah didapatkan sehingga mahasiswa mempunyai keterampilan dan pengalaman yang dapat diterapkan apabila sudah bekerja nanti.

Pada kesempatan ini saya menyampaikan terimakasih dan penghargaan kepada Ibu Ira Nurmala Sari selaku dosen pembimbing magang yang telah memberikan petunjuk, koreksi serta saran sehingga terwujudnya Laporan Pelaksanaan Magang ini.

Selanjutnya saya mengucapkan terimakasih dan penghargaan saya sampaikan pula kepada yang terhormat:

1. Prof.Dr. Tri Martiana, dr., MS., selaku Dekan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga.
2. Pulung Siswantara, SKM., M.Kes selaku Ketua Departemen Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga.
3. Kepala Dinas Kesehatan Kota Surabaya.
4. Seluruh Kepala Bidang dan Kepala Seksi Dinas Kesehatan Kota Surabaya.
5. Semua Staff Dinas Kesehatan Kota Surabaya.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN SAMPUL.....	<b>i</b>
HALAMAN PENGESAHAN.....	<b>ii</b>
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan.....	3
1.2.1 Tujuan Umum.....	3
1.2.2 Tujuan Khusus.....	3
1.3 Manfaat.....	3
1.3.1 Bagi Mahasiswa.....	3
1.3.2 Bagi Fakultas Kesehatan Masyarakat.....	4
1.3.3 Bagi Dinkes Kota Surabaya.....	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Promosi Kesehatan.....	5
2.2 Metode Promosi Kesehatan.....	7
2.3 Media Promosi Kesehatan.....	9
2.3.1 Macam Media.....	9
2.4 Demam Berdarah Dengue.....	18
BAB 3 METODE DAN KEGIATAN.....	20
3.1 Lokasi Magang.....	20
3.2 Waktu Pelaksanaan Magang.....	20
3.3 Metode Pelaksanaan Kegiatan Magang.....	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.5 Teknik Pengolahan Data.....	22
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1 Gambaran umum Dinas Kesehatan Kota Surabaya.....	22

4.2 Gambaran Seksi Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat di Dinas Kesehatan Kota Surabaya .....	24
4.3 Gambaran umum tentang pencegahan Penyakit Demam Berdarah Dengue dengan program Pembrantasan Sarang Nyamuk .....	25
4.4 Media yang digunakan dalam upaya pencegahan penyakit Demam Berdarah .....	27
4.5 Acara <i>Monitoring</i> , Evaluasi, dan Perencanaan kegiatan Bumantik.....	32
4.5.1 Kelebihan dan Kekurangan Media yang digunakan dalam acara <i>Monitoring</i> , Evaluasi, dan Perencanaan kegiatan Bumantik.....	33
BAB 5 PENUTUP.....	35
5.1 Kesimpulan.....	35
5.2 Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA.....	36
LAMPIRAN.....	37

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 3.1	Timeline Kegiatan Magang.....	20
Tabel 4.1	SDM di Seksi Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat...	24

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Trend Kasus DBD di Surabaya 2013-2017.....	1
Gambar 1.2	Kelurahan dengan Kasus DBD Tertinggi di Kota Surabaya Tahun 2017.....	2
Gambar 2.1	Contoh media promosi bentuk poster .....	9
Gambar 2.2	Contoh media promosi bentuk billboard .....	10
Gambar 2.3	Contoh media promosi bentuk spanduk .....	10
Gambar 2.4	Contoh media promosi bentuk banner .....	11
Gambar 2.5	Contoh media promosi bentuk leaflet .....	12
Gambar 2.6	Contoh media promosi bentuk booklet .....	12
Gambar 2.7	Contoh media promosi bentuk flyer .....	13
Gambar 2.8	Contoh media promosi website .....	16
Gambar 2.9	Contoh media promosi jejaring sosial .....	17
Gambar 2.10	Contoh media promosi kerjasama .....	17
Gambar 4.1	Gambar Struktur organisasi Dinas Kesehatan Kota Surabaya .....	23
Gambar 4.2	Leaflet bagian depan Gemakan Sama-Sama .....	27
Gambar 4.3	Leaflet bagian belakang Gemakan Sama-Sama .....	27
Gambar 4.4	Leaflet bagian depan Perangi Nyamuk Demam Berdarah .....	28
Gambar 4.5	Leaflet bagian belakang Perangi Nyamuk Demam Berdarah .....	28
Gambar 4.6	Spanduk Cegah Demam Berdarah .....	30
Gambar 4.7	Media jejaring sosial Instagram .....	31
Gambar 4.8	Media jejaring sosial Youtube .....	31
Gambar 4.9	Media Website .....	32

# BAB 1

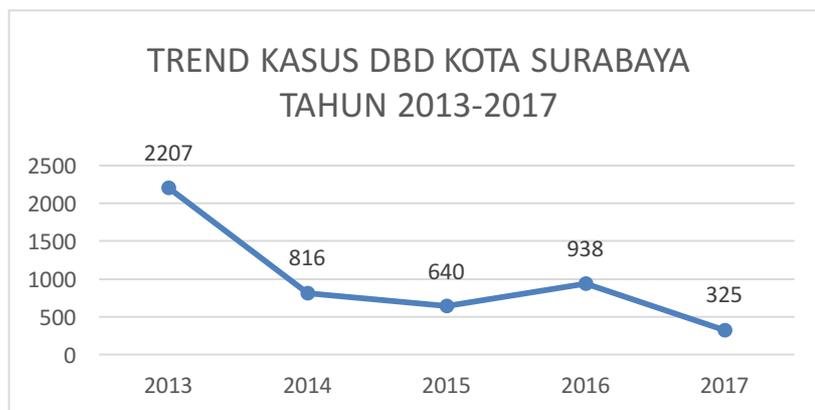
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Demam Berdarah Dengue (DBD) adalah penyakit infeksi yang disebabkan oleh satu dari 4 virus dengue berbeda dan ditularkan melalui nyamuk terutama *Aedes aegypti* yang di temukan di daerah tropis dan subtropics diantaranya kepulauan di Indonesia hingga bagian utara Australia (Kementrian Kesehatan,2016).

Demam Berdarah Dengue (DBD) masih merupakan salah satu masalah kesehatan masyarakat yang utama di Indonesia. Seiring dengan meningkatnya mobilitas dan kepadatan penduduk, jumlah penderita dan luas daerah penyebarannya semakin bertambah. Di Indonesia, demam berdarah pertama kali ditemukan di kota Surabaya pada tahun 1968, dimana sebanyak 58 orang terinfeksi dan 24 orang diantaranya meninggal dunia. Sejak saat itu, penyakit ini menyebar luas ke seluruh Indonesia (Kementrian Kesehatan, 2010). Sedangkan pada tahun 2017, terdapat 451 orang terinfeksi dan 7 orang diantaranya meninggal dunia. (Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Timur, 2018)

Masalah yang dihadapi dalam upaya pemberantasan Demam Berdarah Dengue (DBD) adalah tersebarnya nyamuk *Aedes Aegypty* baik di rumah ,sekolah maupun tempat-tempat umum karena kurangnya kesadaran masyarakat terhadap kebersihan lingkungan.



Gambar 1.1 Trend Kasus DBD di Surabaya tahun 2013-2017

Dari grafik diatas diketahui bahwa trend penemuan kasus DBD dari tahun 2013 sampai dengan 2017 bersifat fluktuatif. Dari tahun 2013 sampai 2015 kasus DBD mengalami penurunan, meningkat kembali pada 2016 dan kembali turun pada 2017.



Gambar 1.2 Kelurahan dengan Kasus DBD Tertinggi di Kota Surabaya Tahun 2017

Berdasarkan diagram tersebut menunjukkan bahwa Kelurahan Sidotopo Wetan yaitu sebesar 15 kasus disusul Putat Jaya sebesar 11 kasus dan Wonokusumo 10 kasus.

Upaya mewujudkan kesehatan masyarakat di Indonesia terutama dilakukan dengan melakukan perubahan perilaku kesehatan melalui promosi kesehatan. Promosi kesehatan meliputi kegiatan pendidikan kesehatan disertai dengan pemberdayaan masyarakat. Pendidikan kesehatan memiliki tujuan utama mengubah pengetahuan masyarakat agar terbentuk perilaku sehat yang diharapkan.

Media sebagai saluran informasi merupakan salah satu komponen penting dalam pendidikan kesehatan. Memilih media sebagai saluran menyampaikan pesan kesehatan dipengaruhi metode yang digunakan. Media pendidikan kesehatan merupakan alat bantu dalam melakukan promosi kesehatan.

Komunikasi kesehatan tidak dapat lepas dari media karena melalui media, pesan-pesan disampaikan dengan mudah dipahami dan lebih

menarik. Media juga dapat menghindari kesalahan persepsi, memperjelas informasi, mempermudah pengertian. Disamping itu, data mengurangi komunikasi verbalistik dan memperlancar komunikasi. Dengan demikian sasaran dapat mempelajari pesan tersebut dan mampu memutuskan mengadopsi perilaku sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan.

## **1.2 Tujuan**

### **1.2.1 Tujuan Umum**

Mendeskripsikan media yang digunakan dalam upaya pencegahan penyakit Demam Berdarah Dengue pada program Pemberantasan Sarang Nyamuk (PSN) di Kota Surabaya.

### **1.2.2 Tujuan Khusus**

- a. Mendeskripsikan gambaran umum tentang Dinas Kesehatan Kota Surabaya.
- b. Mendeskripsikan gambaran umum tentang media yang digunakan Dinas Kesehatan Kota Surabaya dalam pencegahan penyakit Demam Berdarah Dengue.
- c. Mendeskripsikan kelebihan dan kekurangan media promosi kesehatan Program Pemberantasan Sarang Nyamuk dalam acara *Monitoring, Evaluasi, dan Perencanaan* kegiatan Bumantik tahun 2019

## **1.3 Manfaat**

### **1.3.1 Bagi Mahasiswa**

- a. Memperoleh ilmu pengetahuan dan wawasan tentang ruang lingkup dan kemampuan praktek yang diperlukan oleh Sarjana Kesehatan Masyarakat, peminatan Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku.
- b. Memperoleh pemahaman mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan seksi promosi kesehatan di Dinas Kesehatan Kota Surabaya.
- c. Memperoleh pengetahuan tentang perkembangan media komunikasi, informasi dan edukasi di Dinas Kesehatan Kota Surabaya.

### **1.3.2 Bagi Fakultas Kesehatan Masyarakat**

- a. Terjalin hubungan kerjasama yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak yaitu instansi pendidikan dan instansi pemerintah bidang kesehatan dalam hal pendidikan.
- b. Mendapatkan masukan tentang media informasi seksi Promosi Kesehatan Dinas Kesehatan Kota Surabaya dalam hal ini kegiatan promosi kesehatan pada kader jumantik.

### **1.3.3 Bagi Dinas Kesehatan Kota Surabaya**

- a. Dapat membantu kegiatan seksi promosi kesehatan di Dinas Kesehatan Kota Surabaya.
- b. Memperoleh informasi tentang kemampuan dan sikap profesionalisme Sarjana Kesehatan Masyarakat.
- c. Memperoleh masukan mengenai kondisi dan permasalahan yang dihadapi Dinas Kesehatan Kota Surabaya.

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Promosi Kesehatan**

Istilah dan pengertian promosi kesehatan adalah merupakan pengembangan dari istilah pengertian yang sudah dikenal selama ini, seperti: Pendidikan Kesehatan, Penyuluhan Kesehatan, KIE (Komunikasi, Informasi, dan Edukasi).

Promosi kesehatan dapat diartikan sebagai upaya menyebarluaskan, mengenalkan atau menjual pesan-pesan kesehatan sehingga masyarakat menerima atau membeli pesan-pesan kesehatan tersebut dan akhirnya masyarakat mau berperilaku hidup sehat (Notoatmodjo, 2010). Promosi kesehatan juga dirumuskan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat melalui pembelajaran dari, oleh, untuk, dan bersama masyarakat agar dapat menolong dirinya sendiri serta mengembangkan kegiatan yang bersumber daya masyarakat sesuai sosial budaya setempat dan didukung oleh kebijakan publik yang berwawasan kesehatan. Sedangkan WHO memberi pengertian bahwa promosi kesehatan merupakan proses mengupayakan individu-individu dan masyarakat untuk meningkatkan kemampuan dalam mengendalikan faktor-faktor yang mempengaruhi kesehatan, dengan demikian meningkatkan derajat kesehatan. Adapun ruang lingkup promosi kesehatan adalah sebagai berikut:

1. Pendidikan Kesehatan (perubahan perilaku)
2. Kampanye Sosialisasi (sosial marketing)
3. Penyuluhan (komunikasi, informasi dan edukasi)
4. Upaya peningkatan (upaya promotif)
5. Advokasi (upaya mempengaruhi lingkungan)
6. Pengorganisasian dan penggerakkan dan pemberdayaan masyarakat
7. Upaya lain sesuai dengan keadaan dan kebutuhan

## 2.2 Metode Promosi Kesehatan

Pemilihan metode dalam pelaksanaan promosi kesehatan harus dipertimbangkan secara cermat dengan memperhatikan materi atau informasi yang akan disampaikan, keadaan penerima informasi (termasuk sosial budaya) atau sasaran, dan hal-hal lain yang merupakan lingkungan komunikasi seperti ruang dan waktu. Metode Promosi Kesehatan dapat digolongkan berdasarkan Teknik Komunikasi, Sasaran yang dicapai dan Indera penerima dari sasaran promosi. Metode berdasarkan tehnik komunikasi:

1. Metode Penyuluhan Langsung

Dalam hal ini para penyuluh langsung berhadapan atau bertatap muka dengan sasaran.

2. Metode Penyuluhan Tidak Langsung

Dalam hal ini para penyuluh tidak langsung berhadapan secara tatap muka dengan sasaran, tetapi ia menyampaikan pesannya dengan perantara media. Contohnya, publikasi dalam bentuk media cetak, melalui pertunjukkan film dan sebagainya berdasarkan jumlah sasaran yang dicapai.

Metode berdasarkan jumlah sasarannya dibagi menjadi 3 (Menurut Notoatmodjo, 1993 dan WHO, 1992):

1. Metode Pendidikan Individual

Metode yang bersifat individual digunakan untuk membina perilaku baru atau membina seseorang yang mulai tertarik kepada suatu perubahan perilaku atau inovasi. Setiap orang memiliki masalah atau alasan yang berbeda-beda sehubungan dengan penerimaan atau perilaku baru tersebut.

2. Metode Pendidikan Kelompok

- a. Kelompok Kecil

- Diskusi Kelompok
- Curah pendapat
- Bola salju
- Kelompok-kelompok kecil

b. Kelompok Besar

- Ceramah

Sasaran dapat berpendidikan tinggi maupun rendah. Penceramah harus menyiapkan dan menguasai materi serta mempersiapkan media. Metode dengan menyampaikan informasi dan pengetahuan secara lisan. Metode ini mudah dilaksanakan tetapi penerima informasi menjadi pasif dan kegiatan menjadi membosankan jika terlalu lama

- Seminar

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

c. Metode Pendidikan massa

Metode ini untuk mengomunikasikan pesan-pesan kesehatan yang ditujukan kepada masyarakat. Sasaran pendidikan pada metode ini bersifat umum tanpa membedakan umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, status sosial, ekonomi dan sebagainya, sehingga pesan-pesan kesehatan dirancang sedemikian rupa agar dapat ditangkap oleh massa tersebut. Metode ini bertujuan untuk mengguagah kesadaran masyarakat terhadap suatu inovasi. Metode ini biasanya bersifat tidak langsung.

- Ceramah umum (*public speaking*)

- Pidato/diskusi

- Simulasi

- Menggunakan media televisi

- Menggunakan media surat kabar

- Bill board

### **2.3 Media Promosi Kesehatan**

Media adalah alat yang digunakan oleh pendidik dalam menyampaikan bahan pendidikan atau pengajaran. Media pendidikan kesehatan disebut

juga alat peraga karena berfungsi membantu dan memeragakan sesuatu dalam proses pendidikan atau pengajaran. Pembuatan alat peraga atau media mempunyai prinsip bahwa pengetahuan yang ada pada setiap orang diterima dan ditangkap melalui pancaindra.

### **2.3.1 Macam Media**

Media Promosi merupakan suatu alat untuk mengkomunikasikan suatu produk/jasa/image perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Media promosi yang paling tua adalah media dari mulut ke mulut. Media ini memang sangat efektif, tetapi kurang efisien karena kecepatan penyampaiannya kurang bisa diukur dan diperkirakan.

Beberapa bentuk media promosi yang biasa dipakai oleh suatu perusahaan atau organisasi, antara lain yaitu :

#### **1. Media cetak**

Yang dimaksud dengan media promosi berbasis cetak adalah media promosi yang dilakukan atau dibuat dengan menggunakan bantuan jasa percetakan dalam pembuatan media-media atau alat yang dipakai dalam berpromosi dan hasil akhir yang dijadikan sebagai media promosi tersebut adalah hasil dari proses percetakan. Misalnya iklan di media massa seperti majalah, pamflet, brosur, spanduk, dan sebagainya.

Menurut Shimp(2003) dalam bukunya, menjelaskan bahwa berdasarkan ukurannya, media promosi dapat dibedakan menjadi 2 (dua) kategori, yaitu media promosi berukuran besar, dan media promosi berukuran kecil. Media promosi berukuran besar yaitu :

#### **1. Poster**

Poster yaitu desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas media berukuran besar. Biasanya ditempel pada dinding atau bidang datar dan dibuat menarik perhatian. Oleh karena itu, poster biasanya dibuat dengan warna-warna kontras dan kuat. Desainnya dibuat agar orang bisa mudah membaca informasi walaupun dalam posisi bergerak, mungkin sedang berkendara atau

berjalan kaki. Karena itu, poster biasanya dibuat menurut kaidah simpel, kontras, menarik perhatian, mempengaruhi, dan informasi cepat ditangkap. (Shimp, 2003).

Pada beberapa jenis poster, sisi “menarik perhatian” itu dimaksudkan untuk mengundang orang mendekati dan mencermati informasi yang disampaikan. Untuk jenis ini, biasanya dibuat dengan kualitas yang cukup baik. Poster sering pula digunakan untuk tujuan iklan. Secara luas bisa memuat pengumuman atau pengenalan suatu acara, mempromosikan layanan, jasa, atau produk, juga bisa menjadi sarana propaganda untuk membentuk opini publik.



Gambar 2.1 Contoh media promosi bentuk poster

## 2. Billboard

Yaitu iklan luar ruang dengan ukuran besar. Saat ini, billboard masih termasuk model iklan luar ruang yang banyak digunakan, apalagi di perkotaan. Pemasangannya bisa menggunakan struktur mandiri yang permanen, maupun menempel pada konstruksi bangunan permanen. Pada perkembangan selanjutnya, muncul pula digital billboard berupa gambar atau running text (teks berjalan) yang menggunakan listrik sebagai daya hidup. (Shimp, 2003)

Ada pula billboard yang bersifat *mobile* atau sering disebut mobile billboard, misalnya dipasang pada badan bus atau kendaraan besar lainnya. Dahulu billboard sering disebut dengan istilah *outdoor advertising*. Kini istilah itu telah berubah menjadi *out of home advertising* atau dikenal juga dengan istilah OOH.



Gambar 2.2 Contoh media promosi bentuk billboard

### 3. Spanduk

Bentuk ini sangat sering dijumpai di tempat-tempat umum terutama di jalanan, bahkan banyak pula yang dipasang melintang di atas jalanan terikat pada tali pada masing-masing sisinya. Bentuknya khasnya adalah memanjang. Biasanya terbuat dari bahan kain, namun sekarang banyak pula yang dibuat dari bahan plastik. (Shimp, 2003).

Jenis lain dari spanduk adalah backdrop yang biasa dipasang sebagai latar belakang panggung pada suatu acara tertentu, dan lebih banyak bersifat dekoratif dibandingkan media promosi. Pada perkembangannya, backdrop menjadi penting karena memuat informasi ringkas mengenai acara bersangkutan, bahkan sering pula disisipi iklan dari sponsor kegiatan tersebut.



Gambar 2.3 Contoh media promosi bentuk spanduk

#### 4. Banner

Dengan makin berkembangnya teknologi cetak format besar, berkembang pula berbagai jenis produk poster. Munculah format-format poster yang disebut banner. Biasanya, kualitas cetaknya cukup baik karena banner memungkinkan untuk dilihat dari jarak dekat. Model ini tak hanya ditempel di dinding, bisa juga dipasang pada dudukan yang ringan sehingga mudah dipindahkan. Karena ada model dudukan yang berbentuk huruf X, pada akhirnya dikenal pula yang namanya X-Banner. (Shimp ; 2003)



Gambar 2.4 Contoh media promosi bentuk banner

Dalam buku Shimp(2003), juga dijelaskan mengenai media komunikasi atau promosi pemasaran yang berukuran kecil, yaitu :

##### 1. Pamflet / Leaflet / Brosur

Pamflet sering juga disebut sebagai brosur, yaitu terbitan tidak berkala yang dapat terdiri dari satu hingga sejumlah kecil halaman, tidak terkait dengan terbitan lain, dan selesai dalam sekali terbit. Pamflet satu halaman bisa merupakan cetakan satu muka saja maupun cetakan dua muka atau bolak-balik. Tentu saja untuk cetakan dua muka, kualitas medianya pun lebih baik. Pada umumnya, pamflet dicetak dengan kualitas bagus karena dimaksudkan untuk membangun citra yang baik terhadap layanan atau produk yang diinformasikan dalam pamflet tersebut. (Shimp, 2003).

Berbeda dengan poster yang didesain agar orang bisa mudah membaca informasi walaupun dalam posisi bergerak, pamflet atau

brosur ditujukan agar dibaca secara khusus. Pada beberapa jenis, pamflet dimaksudkan agar orang menyimpannya agar sekali waktu digunakan bila membutuhkan informasi.



Gambar 2.5 Contoh media promosi bentuk leaflet

## 2. Booklet

Terdiri dari beberapa halaman dan seringkali memiliki sampul, halaman judul, dijilid baik secara sederhana menggunakan staples maupun dijilid dengan hiasan misalnya menggunakan ring. (Shimp, 2003).

Sejumlah produk konsumen seperti barang elektronik (misalnya handphone), sering menyertakan booklet berisi spesifikasi produk atau penjelasan cara penggunaan (manual book) secara ringkas. Booklet yang menyertai barang elektronik kadang-kadang memiliki jumlah halaman yang banyak dan tidak untuk habis dibaca dalam satu kali kesempatan.



Gambar 2.6 Contoh media promosi bentuk booklet

### 3. Flyer

Media promosi ini melayang-layang sebelum diterima oleh target pembacanya. Walaupun begitu, cara penyebaran seperti itu sudah jarang sekali dilakukan. Namun, sesuai namanya, flyer biasanya hanya berupa cetakan satu muka. Kualitas cetakannya tidak harus bagus, bahkan seringkali berkualitas seadanya, sebab dibuat dalam jumlah besar dan berbiaya murah karena sudah diperkirakan bahwa banyak di antara flyer akan terbang dalam waktu relatif singkat berganti fungsi menjadi sampah. Walaupun begitu, flyer yang baik akan didesain dengan memperhatikan kaidah yang menarik untuk dilihat dan dibaca. (Shimp, 2003).



Gambar 2.7 Contoh media promosi bentuk flyer

Prinsip desain media menurut Muna (2015) yang harus diperhatikan dalam pembuatannya, yaitu sebagai berikut:

- Keseimbangan/*Balancing*, merupakan prinsip dalam komposisi yang menghindari kesan berat sebelah atas suatu bidang atau ruang yang diisi dengan unsur-unsur rupa.
- Alur baca/*Movement*, yang diatur secara sistematis oleh desainer untuk mengarahkan “mata pembaca” dalam menelusuri informasi, dari satu bagian ke bagian yang lain.
- Penekanan/*Emphasis*, penekanan bisa dicapai dengan membuat judul atau ilustrasi yang jauh lebih menonjol dari elemen desain lain berdasarkan urutan prioritas.
- Kesatuan/*Unity*, beberapa bagian dalam poster harus digabung atau dipisah sedemikian rupa menjadi kelompok-kelompok informasi.

## 2. Media elektronik

Seiring dengan perkembangan teknologi yang ada dan lebih modern sehingga menjadikan media-media promosi pun lebih berkembang lagi hingga merambah ke media elektronik dan digital. Media promosi elektronik/digital adalah media yang digunakan dalam berpromosi sebagai alat penyampai informasi dengan menggunakan jasa media elektronik/digital, media promosi ini biasanya digunakan untuk promosi yang penyebaran informasinya cukup luas. Misalnya melalui iklan di televisi, radio, dan internet.

### 1. Media Televisi

Televisi adalah alat penangkap siaran bergambar, yang berupa audio visual dan penyiaran videonya secara broadcasting. Istilah ini berasal dari bahasa Yunani yaitu *tele* (jauh) dan *vision* (melihat), jadi secara harfiah berarti “melihat jauh”, karena pemirsa berada jauh dari studio televisi.

Menurut Sutisno dalam Nawiroh Vera (2010) ciri utama televisi adalah sifatnya yang audio visual, dimana stimulasi alat indera bukan hanya satu seperti dalam radio siaran, surat kabar dan majalah. Televisi dapat didengar sekaligus dapat dilihat. Secara lebih khusus karakteristik televisi adalah sebagai berikut :

- 1) Memiliki jangkauan yang luas dan segera dapat menyentuh rangsang penglihatan dan pendengaran manusia.
- 2) Dapat menghadirkan obyek yang sangat kecil atau besar, berbahaya, atau yang langka.
- 3) Menyajikan pengalaman langsung pada penonton.
- 4) Dapat dikatakan “meniadakan” perbedaan jarak dan waktu.
- 5) Mampu menyajikan unsur warna, gerakan, bunyi dan proses yang baik.
- 6) Dengan mengkoordinasikan pemanfaatan berbagai media lain, seperti film, foto, gambar dengan baik.

- 7) Dapat menyimpan berbagai data, informasi, dan serentak menyebarkannya dengan cepat ke berbagai tempat yang berjauhan.
- 8) Mudah ditonton tanpa perlu menggelapkan ruangan.
- 9) Media ini membangkitkan rasa intim.

## 2. Radio

Menurut Sutisno dalam Nawiroh Vera (2010) ciri utama radio adalah sifatnya yang hanya berupa audio, dimana stimulasi yang disampaikan hanya menuju alat pendengaran tidak mencakup dalam hal visual atau penglihatan. Namun sama halnya dengan televisi radio juga memiliki kelebihan, antara lain, yaitu :

- 1) Menjangkau jumlah khalayak sasaran yang besar pada waktu yang bersamaan.
- 2) Menjangkau individu atau kelompok masyarakat yang hidup terpencil dan terpencar-pencar karena biasanya sinyal radio lebih kuat dibandingkan dengan televisi.
- 3) Cepat menyampaikan pesan sehingga dapat memberikan informasi mutakhir yang berguna.
- 4) Mengatasi berbagai kendala geografis.
- 5) Mudah dimengerti, tidak memerlukan kemampuan membaca atau melihat karena sifatnya yang hanya bersifat audio.

## 3. Internet

Menurut Morissan (2001) internet adalah suatu metode yang mendunia untuk saling tukar menukar informasi dan berkomunikasi melalui computer yang saling terkoneksi. Internet juga berfungsi sebagai media interaktif di mana perusahaan dapat memberikan tanggapannya secara langsung terhadap pertanyaan yang diajukan konsumen.

Menurut Shimp (2003) suatu ribuan pemasar telah beralih ke internet sebagai calon media untuk mempromosikan merek mereka dan melakukan transaksi penjualan. Maka dari itu media ini sudah menjadi media unggulan bagi para pemasar. Para pengiklan

internet juga menggunakan dua bentuk umum periklanan: iklan spanduk (*banner advertising*) dan sponsor (*sponsorship*).

Beberapa macam media promosi melalui internet, yaitu antara lain:

a. Website

Web digunakan untuk menyampaikan pemikiran dan konten informatif melalui situs *website*, *blog*, *e-book*, *white paper*, gambar, foto, konten audio, dan video, atau bahkan bentuk lainnya seperti penempatan produk, permainan, dan realitas virtual.

Berikut adalah elemen-elemen sebuah situs web yang terpusat pada pembeli: pikirkan media dan gaya belajar yang lebih disukai oleh pembeli, kembangkan kepribadian situs, foto dan gambar yang bercerita, masukan perangkat konten yang interaktif, sediakan lingkaran umpan balik, berikan cara bagi para pelanggan anda untuk berinteraksi satu sama lain.

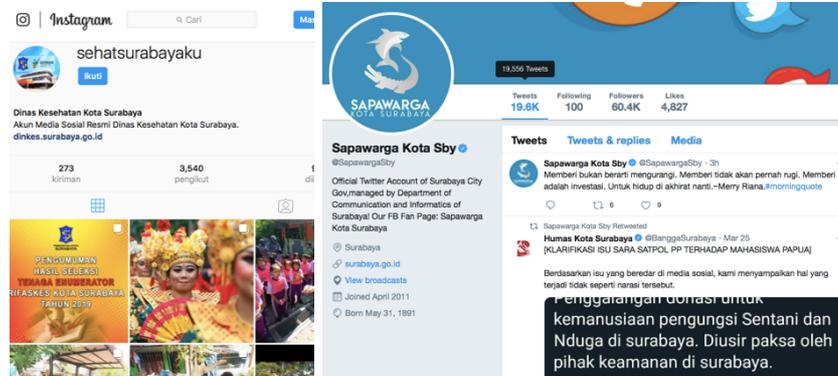


Gambar 2.8 Contoh media promosi website

b. Situs jejaring sosial

Menurut Situmorang (2010) seiring dengan berjalannya waktu maka munculah situs jejaring sosial atau situs pertemanan yang lebih canggih lagi seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, dan *Youtube*. Internet sebagai sarana berkomunikasi pada mulanya banyak digunakan untuk saling berkiriman *e-mail*. Salah satunya adalah facebook yang

merupakan media jejaring sosial yang perannya sangat berpengaruh terhadap terhadap media komunikasi di seluruh penjuru dunia.



Gambar 2.9 Contoh media promosi jejaring sosial

### 3. Media penyelenggara atau kerjasama (sponsorship)

Selain dengan menggunakan media-media promosi yang tercantum diatas, promosi juga bisa dilakukan dengan berbagai macam cara penyebaran dan penyampaiannya seperti halnya promosi yang dilakukan secara langsung seperti penyelenggaraan berbagai macam kegiatan atau event, talkshow atau seminar, pameran dan sebagainya.



Gambar 2.10 Contoh media promosi kerjasama

Dalam terapannya, desain sebagai ilmu komunikasi memiliki fungsi dalam komunikasi :

#### a. To identify

Fungsi dasar yang utama dari desain komunikasi visual adalah sebagai sarana identifikasi. Identitas seseorang

dapat mengatakan tentang siapa orang itu, atau dari mana asalnya. Demikian juga dengan suatu benda atau produk, jika mempunyai identitas akan dapat mencerminkan kualitas produk itu dan mudah dikenali, baik oleh produsennya maupun konsumennya

*b. To inform*

Sebagai sarana informasi dan instruksi, desain bertujuan menunjukkan hubungan antara suatu hal dengan hal yang lain dalam petunjuk, arah, posisi dan skala; contohnya peta, diagram, simbol dan penunjuk arah. Informasi akan berguna apabila dikomunikasikan kepada orang yang tepat, pada waktu dan tempat yang tepat, dalam bentuk yang dapat dimengerti, dan dipresentasikan secara logis dan konsisten. Inilah salah satu alasan mengapa desain harus bersifat universal.

*c. To persuade*

Penggunaan gambar dan kata-kata yang diperlukan sangat sedikit, mempunyai satu makna dan mengesankan. Umumnya, untuk mencapai tujuan ini, maka gambar dan kata-kata yang digunakan bersifat persuasif dan menarik, karena tujuan akhirnya adalah menjual suatu produk atau jasa.

## **2.4 Demam Berdarah Dengue**

Demam dengue adalah penyakit infeksi akut yang sering kali muncul dengan gejala sakit kepala, sakit pada tulang, sendi, dan otot, serta ruam merah pada kulit. Demam berdarah dengue (DBD) sendiri ditandai dengan empat manifestasi klinik yang utama, yakni demam tinggi, pendarahan, pembengkakan hati, dan pada beberapa kasus yang parah terjadi kegagalan sirkulasi darah. Penyakit DBD adalah penyakit infeksi yang disebabkan oleh virus dengue dan ditularkan melalui perantara vektor nyamuk *Aedes aegypti* dan *Aedes albopictus* yang ditandai dengan demam mendadak 2-7 hari tanpa penyebab yang jelas, lelah/lesu, gelisah, nyeri pada ulu hati,

disertai dengan perdarahan pada kulit berupa bintik-bintik (petechiae), lebam (echymosis) atau ruam (purpura). Kadang- kadang terjadi mimisan, muntah darah, kesadaran menurun atau renjatan (shock). Penyakit ini merupakan salah satu masalah kesehatan yang utama karena dapat menyerang semua golongan umur dan menyebabkan kematian khususnya pada anak dan kejadian luar biasa (wabah).

## BAB 3

### METODE DAN KEGIATAN MAGANG

#### 3.1 Lokasi Magang

Kegiatan magang dilaksanakan di Seksi Promosi Kesehatan, Bidang Kesehatan Masyarakat, Dinas Kesehatan Kota Surabaya yang terletak di Jalan Jemursari no 197 Surabaya.

#### 3.2 Waktu Pelaksanaan Magang

Kegiatan magang dilaksanakan selama satu bulan, yaitu pada tanggal 7 Januari 2019 sampai dengan 7 Februari 2019, setiap hari Senin sampai Jumat mulai pukul 07.30-16.00 WIB. Penyusunan laporan dilaksanakan selama 1-2 minggu setelah magang.

Tabel 3.1 Timeline Kegiatan Magang

No	Kegiatan	Januari			Februari				Maret
		II	III	IV	I	II	III	IV	
1	Pengenalan instansi tempat magang								
2	Pengumpulan data terkait Dinas Kesehatan Kota Surabaya								
3	Konsultasi dengan pembimbing magang dari Dinas Kesehatan Kota Surabaya								
4	Supervisi Dosen Pembimbing								
5	Berpartisipasi dalam pelaksanaan program								
6	Menyusun laporan magang								

7	Mempresentasikan hasil laporan magang									
---	---------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

### 3.3 Metode Pelaksanaan Kegiatan Magang

Metode pelaksanaan magang yang digunakan di Dinas Kesehatan Kota Surabaya, meliputi :

- a. Ceramah dan tanya jawab, berupa pengarahan serta penjelasan dari pembimbing bagian/lapangan serta pejabat instansi magang untuk memperoleh gambaran secara jelas mengenai mekanisme kerja di seksi promosi kesehatan, khususnya media promosi kesehatan.
- b. Observasi, yaitu melaksanakan pengamatan tentang media promosi kesehatan yang digunakan pada Program PSN.
- c. Partisipasi, yaitu ikut serta dalam pelaksanaan kegiatan mengenai program PSN.
- d. Diskusi, yaitu melakukan diskusi bersama petugas atau staff promosi kesehatan untuk beberapa hal yang tidak dipahami khususnya berkaitan dengan media promosi kesehatan pada program PSN.
- e. Studi literatur

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, studi literatur dan berpartisipasi pada kegiatan yang dilakukan saat magang di Dinas Kesehatan Kota Surabaya.

### 3.5 Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data dikerjakan menggunakan program computer Microsoft Word dan Microsoft Excel dengan menganalisis data yang didapat selama pelaksanaan magang, kemudian data yang diperoleh tadi disajikan dalam bentuk informasi. Pengolahan ini bertujuan untuk memudahkan para pembaca dalam memahami apa yang dibahas dalam laporan ini.

## BAB 4

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran umum Dinas Kesehatan Kota Surabaya

Dinas Kesehatan sesuai dengan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 42 Tahun 2011 tentang Rincian Tugas dan Fungsi Dinas Kesehatan Kota Surabaya mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintahan daerah berdasarkan azas otonomi dan tugas pembantuan di bidang kesehatan.

Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana tersebut di atas Dinas Kesehatan Kota Surabaya mempunyai fungsi antara lain:

1. Perumusan kebijakan teknis di bidang kesehatan
2. Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum
3. Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang kesehatan
4. Pengelolaan ketatausahaan Dinas
5. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Daerah sesuai dengan tugas dan fungsinya

Penyelenggaraan pelayanan kesehatan yang telah dilaksanakan Pemerintah Kota Surabaya meliputi:

1. RSUD 2 Rumah Sakit
2. Puskesmas Induk 63 Puskesmas
3. Puskesmas Pembantu 59 Puskesmas
4. Puskesmas Keliling 63

Dinas Kesehatan Kota Surabaya dalam penyelenggaraannya memiliki visi dan misi yaitu sebagai berikut :

a. Visi

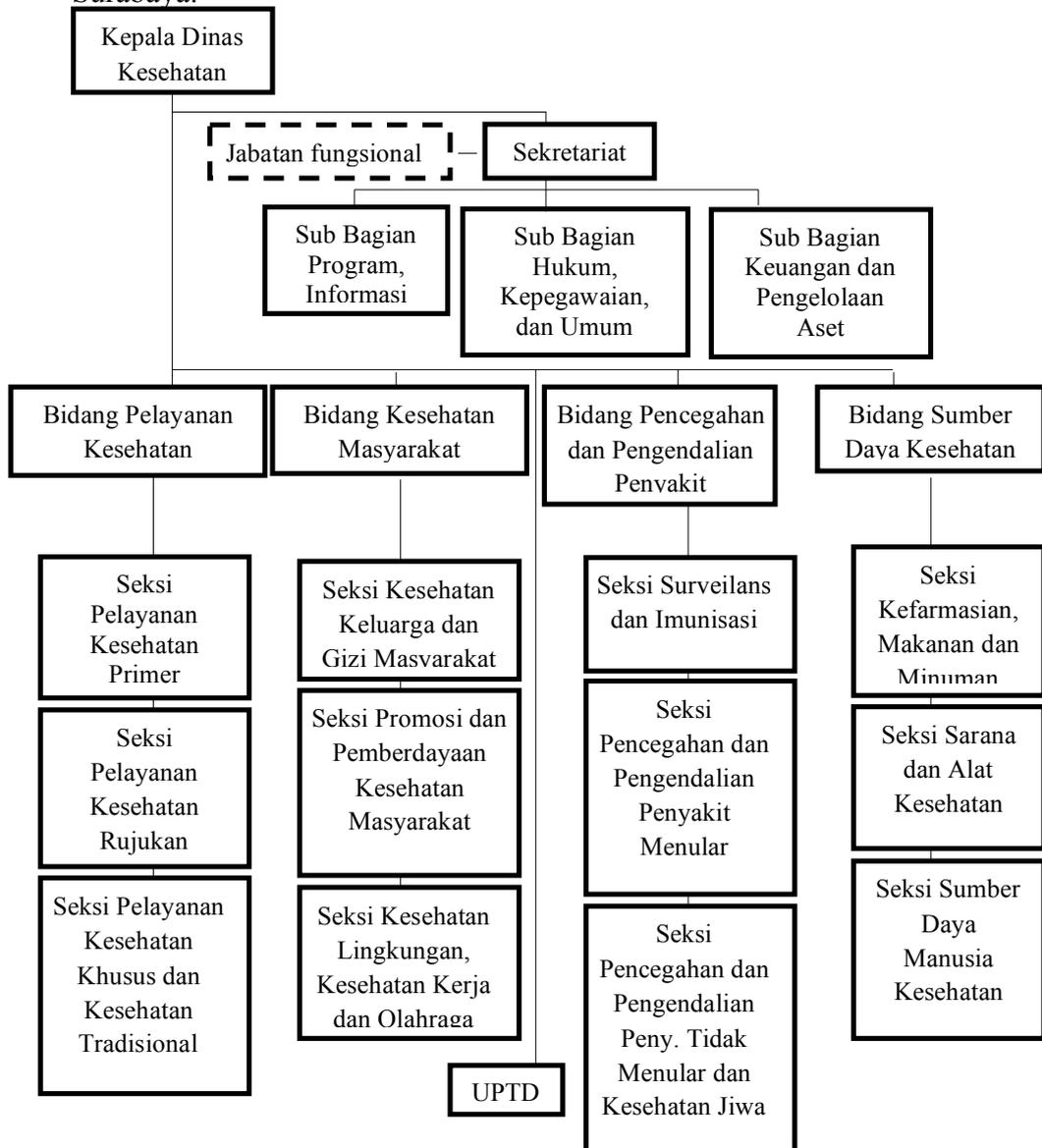
*“Dinas Kesehatan yang Profesional untuk mewujudkan masyarakat Surabaya sehat, mandiri dan berdaya saing global”*

b. Misi

Dalam mewujudkan Dinas Kesehatan yang Profesional untuk mewujudkan masyarakat Surabaya sehat, mandiri dan berdaya saing global maka perlu ditempuh misi sebagai berikut :

1. Meningkatkan akses dan mutu upaya kesehatan;
2. Meningkatkan tata kelola dan optimalisasi fungsi regulator bidang kesehatan;
3. Meningkatkan pergerakan dan pemberdayaan masyarakat dalam bidang kesehatan.

Berikut gambaran struktur organisasi di Dinas Kesehatan Kota Surabaya:



Gambar 4.1 Struktur organisasi Dinas Kesehatan Kota Surabaya

#### **4.2 Gambaran Seksi Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat di Dinas Kesehatan Kota Surabaya**

Bidang Kesehatan Masyarakat di Dinas Kesehatan Kota Surabaya membawahi beberapa seksi. Salah satunya adalah seksi Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat sesuai dengan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 48 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Uraian Tugas Dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Kesehatan Kota Surabaya. Bidang Kesehatan Masyarakat mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Dinas di bidang kesehatan masyarakat yang meliputi menyusun dan melaksanakan rencana program dan petunjuk teknis, melaksanakan koordinasi dan kerjasama dengan lembaga dan instansi lain, melaksanakan pengawasan dan pengendalian, melaksanakan evaluasi dan pelaporan, dan melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya. Untuk mewujudkan tugas dan fungsi tersebut, seksi Promosi dan Pemberdayaan Masyarakat sebagai salah satu seksi di Bidang Kesehatan Masyarakat memiliki tugas yaitu :

- a. Menyiapkan bahan perumusan dan pelaksanaan kebijakan operasional, bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan.
- b. Menyiapkan bahan penyusunan rencana program dan petunjuk teknis.
- c. Menyiapkan bahan pelaksanaan rencana program dan petunjuk teknis.
- d. Menyiapkan bahan koordinasi dan kerjasama dengan lembaga dan instansi lain.
- e. Menyiapkan bahan pengawasan dan pengendalian.
- f. Menyiapkan bahan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas;
- g. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang Kesehatan Masyarakat sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Adapun Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada di Bidang Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat memiliki tugas dan bertanggung jawab terhadap program dengan rincian berikut :

Tabel 4.1 SDM di Seksi Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat

No.	Bagiam	Jumlah SDM
1.	BOK	2
2.	JKN Promkes	1
3.	Kelurahan Siaga	2
4.	PMT Posyandu Balita	3
5.	Monitoring dan Evaluasi Posyandu Balita	1
6.	Transport Kader Posyandu Balita	1
7.	PHBS, Taman Posyandu, dan Emo Demo	1
8.	Media	1
9.	Saka Bhakti Husada dan Poskestren	1
10.	Pemegang Anggaran	1

Manajemen yang dijalankan dalam Seksi Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat menggunakan metode PDCA. Siklus PDCA terdiri dari *Plan*, *Do*, *Check* dan *Act*. Seksi Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat telah menerapkan metode PDCA di setiap program dan kegiatan yang dimiliki.

#### **4.3 Gambaran umum tentang pencegahan Penyakit Demam Berdarah Dengue dengan program Pemberantasan Sarang Nyamuk**

Setiap tahun, kejadian penyakit demam berdarah dengue (DBD) di Indonesia cenderung meningkat pada pertengahan musim penghujan sekitar bulan Januari. Dalam penanganan DBD, peran serta masyarakat untuk menekan kasus ini sangat menentukan. Oleh karenanya program Pemberantasan Sarang Nyamuk (PSN) dengan cara 3M Plus perlu terus dilakukan secara berkelanjutan sepanjang tahun khususnya pada musim penghujan.

Di Surabaya, dalam pelaksanaan program Pemberantasan Sarang Nyamuk pemerintah Kota Surabaya dibantu oleh masyarakat yang disebut Juru Pemantau Jentik(jumantik). Mayoritas pelaksananya kebanyakan adalah ibu-ibu atau biasa disebut dengan Bumantik. Bumantik memiliki tugas untuk memastikan bahwa rumah-rumah warga disekitar lingkungannya sudah bebas dari jentik-jentik nyamuk. Selain itu juga Bumantik diharapkan bisa mengedukasi masyarakat sekitar agar melaksanakan program PSN ini sendiri.

Program PSN , yaitu: 1) Menguras, adalah membersihkan tempat yang sering dijadikan tempat penampungan air seperti bak mandi, ember air, tempat penampungan air minum, penampung air lemari es dan lain-lain 2) Menutup, yaitu menutup rapat-rapat tempat-tempat penampungan air seperti drum, kendi, toren air, dan lain sebagainya; dan 3) Memanfaatkan kembali atau mendaur ulang barang bekas yang memiliki potensi untuk jadi tempat perkembangbiakan nyamuk penular Demam Berdarah. Adapun yang dimaksud dengan 3M Plus adalah segala bentuk kegiatan pencegahan seperti 1) Menaburkan bubuk larvasida pada tempat penampungan air yang sulit dibersihkan; 2) Menggunakan obat nyamuk atau anti nyamuk; 3) Menggunakan kelambu saat tidur; 4) Memelihara ikan pemangsa jentik nyamuk; 5) Menanam tanaman pengusir nyamuk, 6) Mengatur cahaya dan ventilasi dalam rumah; 7) Menghindari kebiasaan menggantung pakaian di dalam rumah yang bisa menjadi tempat istirahat nyamuk, dan lain-lain.

PSN perlu ditingkatkan terutama pada musim penghujan dan pancaroba, karena meningkatnya curah hujan dapat meningkatkan tempat-tempat perkembangbiakan nyamuk penular DBD, sehingga seringkali menimbulkan kejadian luar biasa (KLB) terutama pada saat musim penghujan. Pada bulan Januari merupakan Selain PSN 3M Plus, Kemenkes sudah mengenalkan program 1 rumah 1 Jumantik (juru pemantau jentik) untuk menurunkan angka kematian dan kesakitan akibat Demam Berdarah Dengue. Gerakan ini merupakan salah satu upaya preventif mencegah Demam Berdarah Dengue (DBD) dari mulai pintu masuk negara sampai ke pintu rumah.

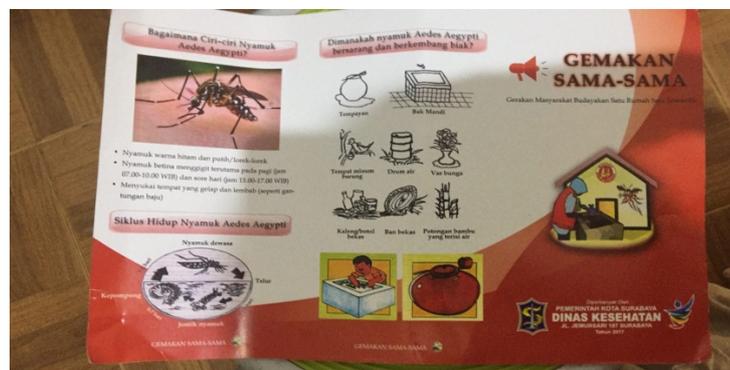
Dari data yang diperoleh, trend kasus DBD di Kota Surabaya terjadi penurunan pada tahun 2017 ke 2018 yaitu dari 325 kasus DBD menjadi 311 kasus DBD. Dalam upaya pencegahan kasus DBD, media promosi kesehatan yang baik serta pemberi informasi yang dapat menjelaskan dengan baik dan jelas kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat tahu dan paham tentang cara pencegahan penyakit DBD dan Program PSN ini. Dari hasil tersebut dapat dikatakan peran media promosi masih belum maksimal dalam menekan angka kasus Demam Berdarah

#### 4.4 Media yang digunakan dalam upaya pencegahan Penyakit Demam Berdarah

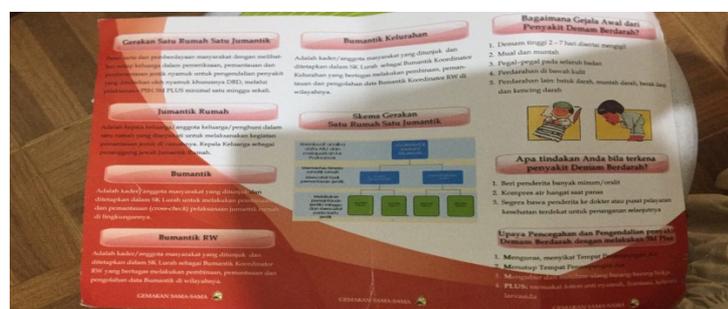
Berbagai macam media promosi kesehatan yang digunakan Dinas Kesehatan Kota Surabaya dalam upaya pencegahan penyakit Demam Berdarah

##### 1) Media Cetak

##### 1. Leaflet



Gambar 4.2 Leaflet bagian depan Gemakan Sama-Sama

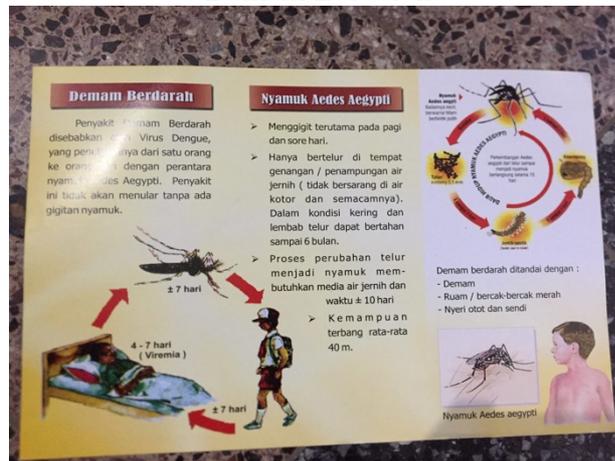


Gambar 4.3 Leaflet bagian belakang Gemakan Sama-Sama



Gambar 4.4 Leaflet bagian depan Perangi Nyamuk

### Demam Berdarah



Gambar 4.5 Leaflet bagian belakang Perangi Nyamuk

### Demam Berdarah

Leaflet merupakan salah satu media promosi kesehatan yang digunakan Dinas Kesehatan Kota Surabaya dalam upaya pencegahan penyakit Demam Berdarah Dengue. Ditinjau dari fungsi komunikasi, leaflet ini sudah memiliki fungsi untuk menginformasikan tentang program Pemberantasan Sarang Nyamuk dan gejala penyakit Demam Berdarah Dengue sendiri. Selain itu, dari judul yang ada di leaflet juga sudah berupa ajakan sehingga masuk dalam fungsi persuasi bagi pembacanya dan fungsi identifikasi dimana terdapat logo Dinas Kesehatan yang dapat diidentifikasi sebagai yang berwenang.

Ditinjau dari prinsip media adalah sebagai berikut:

1. Keseimbangan/*Balancing*,

Pada leaflet Gemakan Sama-Sama belum memenuhi keseimbangan dimana gambar desain masih ada yang seperti sketsa sedangkan ada yang sudah berwarna selain itu desain gradasi background membuat warna tulisan menjadi tidak konsisten.

Pada leaflet Ayo Perangi Nyamuk sudah memenuhi keseimbangan antara gambar dan penjelasannya

2. Alur baca/*Movement*,

Pada leaflet Gemakan Sama-Sama sudah memiliki alur yang jelas mulai dari mengenalkan Gerakan Jumantik hingga akhirnya menjelaskan gejala dan cara pencegahan penyakit Demam Berdarah Dengue.

Pada leaflet Ayo Perangi Nyamuk sudah memiliki alur yang jelas juga mulai dari pengenalan tentang penyakit Demam Berdarah hingga cara pemberantasannya.

3. Penekanan/*Emphasis*,

Pada leaflet Gemakan Sama-Sama penekanan judul kurang menonjol daripada elemen ilustrasi yang lain.

Pada leaflet Ayo Perangi Nyamuk sudah memiliki penekanan yang baik karena desain pada judul lebih menonjol daripada elemen ilustrasi yang lain.

4. Kesatuan/*Unity*,

Pada Leaflet Gemakan Sama-Sama sudah memiliki kesatuan yang cukup baik dalam memisahkan informasi satu dengan lainnya begitu juga dengan Leaflet Ayo Perangi Nyamuk.

## 2. Spanduk



Gambar 4.6 Spanduk Cegah Demam Berdarah

Spanduk merupakan salah satu media promosi cetak yang digunakan oleh Dinas Kesehatan Kota Surabaya dalam upaya pencegahan penyakit Demam Berdarah Dengue. Ditinjau dari fungsi komunikasi, spanduk ini sudah memiliki fungsi untuk menginformasikan tentang program Pemberantasan Sarang Nyamuk. Judul pada spanduk juga sudah berupa ajakan untuk melakukan 3M Plus yang berarti sudah masuk kedalam fungsi persuasi. Terdapat nama Dinas Kesehatan pada spanduk yang dapat diidentifikasi sebagai yang berwenang dalam spanduk ini.

Ditinjau dari prinsip media adalah sebagai berikut:

1. Keseimbangan/*Balancing*,

Pada spanduk Cegah Demam Berdarah sudah memenuhi keseimbangan dilihat dari pemilihan warna, ilustrasi, dan huruf sudah seimbang dan menarik.

2. Alur baca/*Movement*,

Pada spanduk Cegah Demam Berdarah sudah memiliki alur yang jelas dibaca dari kiri ke kanan sesuai dengan urutan 3 M PLUS.

3. Penekanan/*Emphasis*,

Pada spanduk Cegah Demam Berdarah sudah memiliki penekanan pada judul lebih menonjol daripada elemen ilustrasi yang lain.

4. Kesatuan/*Unity*,

Pada spanduk Cegah Demam Berdarah sudah memiliki kesatuan yang cukup baik dalam memisahkan informasi satu dengan lainnya.

## 2) Media Elektronik

### 1. Media jejaring social



Gambar 4.7 Media jejaring sosial Instagram



Gambar 4.8 Media jejaring sosial Youtube

Media jejaring sosial merupakan salah satu media promosi kesehatan yang digunakan oleh Dinas Kesehatan Kota Surabaya dalam upaya pencegahan penyakit Demam Berdarah Dengue. Ditinjau dari fungsi komunikasi, media poster dalam Instagram ini memiliki fungsi untuk menginformasikan tentang penyakit Demam Berdarah yang terjadi pada saat musim penghujan. Fungsi persuasi untuk melakukan tindakan terdapat pada isi informasi sehingga tidak terlalu menonjol. Identitas dapat diidentifikasi dengan mudah karena poster ini diunggah di akun Instagram Dinas Kesehatan Kota Surabaya.

Sedangkan dalam media jejaring sosial *Youtube* informasi yang dibagikan dalam bentuk audiovisual/video. Video animasi yang terdapat pada youtube berdurasi 30 detik, dimana isi dari video merupakan ilustrasi dari konten yang ada di Instagram. Sehingga isi dari pesan yang

disampaikan sama. Ada baiknya apabila tulisan yang ada di video di narasikan menjadi audio.

### 3. Website



Gambar 4.9 Media website

Media website merupakan salah satu media promosi kesehatan yang digunakan oleh Dinas Kesehatan Kota Surabaya dalam upaya pencegahan penyakit Demam Berdarah Dengue. Ditinjau dari fungsi komunikasi, beberapa artikel berita dalam website ini memiliki fungsi untuk menginformasikan tentang penyakit Demam Berdarah serta program Pemberantasan Sarang Nyamuk. Fungsi persuasi untuk melakukan tindakan terdapat pada beberapa judul dari artikel berita yang ada pada website Dinas Kesehatan Kota Surabaya.

#### 4.5 Acara *Monitoring, Evaluasi, dan Perencanaan kegiatan Bumanti*

Acara *Monitoring, Evaluasi dan Perencanaan kegiatan Bumantik* Surabaya yang diadakan di Gedung Pertemuan Bappeko dan Sawunggaling. Dalam setiap sesi acara dihadiri lebih dari 300 orang Bumantik ini, Pemerintah Kota Surabaya bekerja sama dengan Dinas Kesehatan Surabaya dalam melaksanakan acara ini. Sesampainya di tempat acara, panitia dari Dinas Kesehatan Kota Surabaya bersiap untuk melakukan absensi, serta membagikan selebaran leaflet, serta lembar *pretest-posttest* dan saran pada Juru Pemantau Jentik. Acara ini bertujuan sebagai wadah aspirasi untuk Bumantik terkait dengan pengalaman Bumantik saat melaksanakan kegiatan pemantauan jentik nyamuk di masyarakat, sehingga diharapkan Pemerintah

Kota Surabaya dapat menentukan langkah dan kebijakan dalam menekan angka kasus Demam Berdarah Dengue (DBD).

Media yang digunakan untuk mengedukasi Bumantik yaitu Leaflet, Slide Presentasi, Video Edukasi tentang 1 Rumah 1 Jumantik. Selain media tadi dilakukan edukasi secara khusus dari pihak Dinas Kesehatan Kota Surabaya tentang upaya pencegahan DBD serta dilakukan sesi diskusi dengan pihak Pemerintah Kota Surabaya dan Dinas Kesehatan Kota Surabaya yang memberi kesempatan bagi Bumantik untuk menyampaikan aspirasi agar program-program pemerintah dalam upaya pencegahan DBD dapat berjalan dengan lancar.

Sebelum dilakukan edukasi secara khusus dari pihak Dinas Kesehatan Kota Surabaya, Bumantik diminta untuk mengisialisasi *pretest* untuk dapat diukur tingkat pengetahuan umum tentang program PSN. Dari hasil rekapitulasi jawaban *pretest*, pengetahuan umum Bumantik tentang program sebesar 67,45%. Setelah dilakukan edukasi dan pemaparan media dan dilakukan *posttest*. Tingkat pengetahuan Bumantik meningkat menjadi 80,84%.

#### **4.1.1 Kelebihan dan Kekurangan Media yang digunakan dalam acara *Monitoring, Evaluasi, dan Perencanaan kegiatan Bumantik***

Beberapa media promosi kesehatan yang digunakan dalam acara ini memiliki kelebihan dan kekurangan, seperti:

##### 1. Leaflet

###### a. Kelebihan

- Lebih menarik untuk dilihat
- Mudah dimengerti
- Lebih ringkas dalam penyampaian isi informasi

###### b. Kekurangan

- Salah dalam desain, tidak menarik perhatian
- Harus mencetak sesuai jumlah peserta
- Leaflet hanya untuk dibagikan, tidak bisa dipajang atau ditempel

##### 2. Video Edukasi 1 Rumah 1 Jumantik

a.Kelebihan

-Termasuk media audiovisual yaitu terdiri dari media audio(suara) dan visual(gambar)

-Memberikan penjelasan jelas mengenai program 1 rumah 1 jumantik

b.Kekurangan

-Membutuhkan biaya dan waktu yang banyak untuk membuat video

-Pada saat video berputar, gambar-gambar akan bergerak terus sehingga peserta yang belum datang tidak dapat melihat secara keseluruhan isi video.

3. Slide presentasi

a. Kelebihan

-Dapat menyajikan teks,gambar,foto,animasi,video sehingga lebih menarik

-Waktu dan cara penyajiannya bisa disesuaikan

-Penyaji dan peserta dapat bertatap muka langsung

b. Kekurangan

-Butuh media pendukung (computer dan LCD)

-Sangat bergantung pada penyaji materi(penguasaan materi)

-Disajikan hanya berupa teks ataupun gambar saja

## BAB 5

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

- a. Dinas Kesehatan Kota Surabaya telah menjalankan fungsinya untuk meningkatkan kesehatan masyarakat salah satunya dengan melakukan promosi kesehatan.
- b. Beberapa media yang digunakan oleh Dinas Kesehatan Surabaya dalam upaya pencegahan penyakit Demam Berdarah antara lain *leaflet*, *spanduk*, media jejaring sosial *Instagram*, *youtube* dan *website*.
- c. Tingkat pengetahuan kader bumantik tentang program Pemberantasan Sarang Nyamuk meningkat setelah mendapatkan paparan media promosi kesehatan dari Dinas Kesehatan Surabaya dari 67,45% menjadi 80,84%
- d. Masing-masing media yang digunakan dalam acara ini memiliki kelebihan dan kekurangan, namun juga memiliki peran masing-masing dalam memberi edukasi.

#### 5.2 Saran

- a. Melakukan monitoring dan evaluasi terhadap media yang sudah digunakan oleh Dinas Kesehatan Kota Surabaya
- b. Melakukan pembaharuan secara berkala terhadap media-media promosi kesehatan tentang Program Pemberantasan Sarang Nyamuk
- c. Menggunakan media lain yang belum pernah digunakan dalam upaya promosi kesehatan seperti memasang iklan di Instagram/Youtube/Facebook, selain dapat mengukur tingkat ketercapaian juga mengikuti perkembangan teknologi yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Timur. 2018. Provil Kesehatan Provinsi Jawa Timur 2017.  
[http://www.depkes.go.id/resources/download/profil/PROFIL\\_KES\\_PROVINSI\\_2017/15\\_Jatim\\_2017.pdf](http://www.depkes.go.id/resources/download/profil/PROFIL_KES_PROVINSI_2017/15_Jatim_2017.pdf) diakses pada 9 April 2019
- Kemenkes RI. 2010. Demam Berdarah Dengue di Indonesia tahun 1968-2009. Buletin Jendela Epidemiologi vol. 2. Jakarta
- Kemenkes RI. 2016. Situasi Demam Berdarah Dengue di Indonesia.  
<http://www.depkes.go.id/download.php?file=download/pusdatin/infodatin/infodatin%20dbd%202016.pdf> diakses pada Februari 2019
- Maulana, Herry. 2007. Promosi Kesehatan. Jakarta : EGC.
- Meshia, Diva. 2012. PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL MEDIA PROMOSI HARI ULANG TAHUN KOTA JAKARTA KE 485. Binus
- Nawiroh, Vera. 2010. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta : Renata Pratama Media.
- Notoatmodjo, S. 2010. Ilmu Perilaku Kesehatan. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Notoatmodjo, S. 2012. Promosi kesehatan dan Perilaku Kesehatan. Jakarta : PT Rineka cipta
- Terence, A. Shimp. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta : Erlangga.

## LAMPIRAN

