

Intisari

Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) merupakan program kerja pemerintah pusat yang diteruskan ke seluruh pemerintah daerah di Indonesia, termasuk pemerintah Kota Yogyakarta. Sejak tahun 2003, Dinkes Kota Yogyakarta melakukan kampanye kesehatan PHBS melalui komunikasi langsung dan tidak langsung dengan memanfaatkan berbagai media. Tujuan kampanye adalah agar terwujud perubahan perilaku masyarakat yaitu dengan menerapkan PHBS di setiap ruang lingkup kehidupan. Akan tetapi, angka rumah tangga ber-PHBS belum mencapai 50% sampai pada tahun 2013. Oleh karena itu, tahun 2013, Dinkes merencanakan untuk melakukan kampanye PHBS melalui tempat ibadah, yaitu masjid dan mushola untuk dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang PHBS dan semakin termotivasi untuk menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Akan tetapi, angka rumah tangga ber-PHBS malah mengalami penurunan pada tahun 2015, dari yang semula pada tahun 2014 sebesar 78%, menjadi 44,27% dari target yang sudah ditetapkan yaitu 75%.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui lebih dalam tentang kampanye PHBS yang dilakukan Dinkes melalui tempat ibadah pada tahun 2013-2016. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif, penelitian ini menggunakan beberapa konsep, yaitu kampanye, fungsi manajemen dalam kampanye komunikasi, pemasaran sosial, dan agama.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinkes sebagai subjek penelitian sudah melakukan seluruh tahapan dalam kampanye, mulai dari perencanaan, implementasi dan evaluasi secara berurutan. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa pelaksanaan evaluasi tidak dilakukan di semua tingkatan, hanya dilakukan pada tingkatan kampanye untuk mengetahui apakah kegiatan dilaksanakan atau tidak. Beberapa kendala yang mendasarinya adalah kurangnya sumber daya manusia, tidak dianggarkannya biaya untuk melakukan evaluasi di seluruh tahapan, dan penggunaan asumsi yang bersifat *over-generalisir*.

Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan dilakukannya penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui efektivitas strategi kampanye yang dilakukan. Selain itu, penelitian selanjutnya bisa dilakukan dengan fokus pada pola komunikasi tim pendamping dengan takmir masjid sebagai ujung tombak pelaksana kampanye. Terhadap Dinkes, peneliti menyarankan untuk lebih banyak membuka jalur komunikasi informal dengan takmir masjid, melakukan komunikasi pendahuluan dengan masyarakat sebelum pelaksanaan kampanye, dan melakukan evaluasi secara mendalam tentang program kampanye yang dilakukan.

Kata kunci: kampanye; komunikasi kesehatan; perilaku hidup bersih dan sehat; kualitatif; kualitatif deskriptif

Abstract

Behavior of clean and healthy lives (PHBS) is a central government work program that is forwarded to all local governments in Indonesia, including Yogyakarta City government. Since 2003, Yogyakarta city department of health has conducted PHBS health campaign through direct and indirect communication by utilizing various media. The campaign objectives are to realize the behavior changes of society by applying PHBS in every scope of life. However, the number of households with PHBS has not yet reached 50% in 2013. Therefore, in 2013, the department of health plans to conduct PHBS campaign through worship places. The worship places are mosque and musholla. This campaign has objectives to increase public knowledge about PHBS and motivation to apply it in daily life. However, the number of households with PHBS decreases in 2015, from 78% in 2014 to 44,27% of the set target which reaches 75%.

In this research, researcher wants to know deeply about PHBS campaign conducted by department of health through worship places in 2013-2016. By using qualitative approach and descriptive method, this research uses several concepts. They are campaign, management function in communication campaign, social marketing, and religion.

The result of this research shows that department of health as research subject has done all steps in campaign. It starts from planning, implementing, and evaluating in sequence. However, this research also finds that the implementation of evaluating is not conducted at all levels. It is only done at the level of campaign to know whether the activity is implemented or not. Some of the underlying constraints are lack of human resources, not budgeted for the cost of implementing the evaluation at all stages, and the use of over-generalized assumptions.

For the further research, researcher suggests to do the research by using quantitative approach in order to know the effectiveness of campaign strategy implementation. Moreover, further research can be done by focusing on communication pattern of companion team that mosque takmir acts as spearhead of the campaign implementer. For department of health, researcher suggests to open more informal communication lines with mosque takmir, conduct preliminary communication with the community before implementing the campaign, and do the evaluation deeply about the undertaken campaign programs.

Keywords : campaign; health communication; behavior of clean and healthy lives; qualitative; descriptive qualitative