

“SALAM Sehat”: Upaya *Health Promoting University* melalui Media Komunikasi Kesehatan berbasis Organisasi Mahasiswa di FKKMK UGM

Aulia Zahro Novitasari¹, Dwi Rahmawaty¹, Nurhijrianti Akib¹, Rina Tri Agustini¹

¹Program Studi S2 Ilmu Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kedokteran, Kesehatan Masyarakat dan Keperawatan Universitas Gadjah Mada

INTRODUCTION

“SALAM Sehat” merupakan strategi komunikasi kesehatan yang bersifat persuasi⁽¹⁾ terhadap SAntap buah dan sayur setiap hari, LAkukan aktivitas fisik secara rutin dan Menjaga kesehatan mental yang dilakukan sejak bulan Juni hingga Oktober 2018 di FKKMK UGM. Program ini bertujuan untuk mendukung upaya *Health Promoting University* (HPU) di FKKMK UGM yaitu program promosi kesehatan di universitas yang membangun *healthy setting* untuk meningkatkan kemampuan dan kendali setiap individu atas kesehatan dirinya secara optimal.⁽²⁾ Sasaran dari program ini adalah komunitas yang ada di universitas yaitu mahasiswa, staff, dosen dan masyarakat sekitar universitas.⁽²⁾

“SALAM Sehat” dibentuk berdasarkan hasil analisis komunitas di FKKMK UGM yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak melakukan aktivitas fisik 30 menit per hari, tidak pernah ke tempat olahraga selama 6 bulan terakhir (44,9%) dan sebanyak (30,3%) menghabiskan lebih dari 8 jam sehari berkegiatan dengan posisi duduk. Selain itu, perilaku konsumsi buah dan sayur yang rendah yaitu sebanyak (83,6%) responden hanya mengonsumsi buah satu kali sehari dan sebanyak (37,1%) mengonsumsi sayur hanya satu kali sehari, serta terdapat 12,9% responden yang memiliki kolesterol tinggi. Kemudian data terkait kesehatan mental juga menunjukkan bahwa sebanyak (5,2%) responden mengaku memiliki keinginan untuk bunuh diri, (3,9%) pernah membuat rencana untuk bunuh diri, serta (2,8%) pernah mencoba untuk bunuh diri.

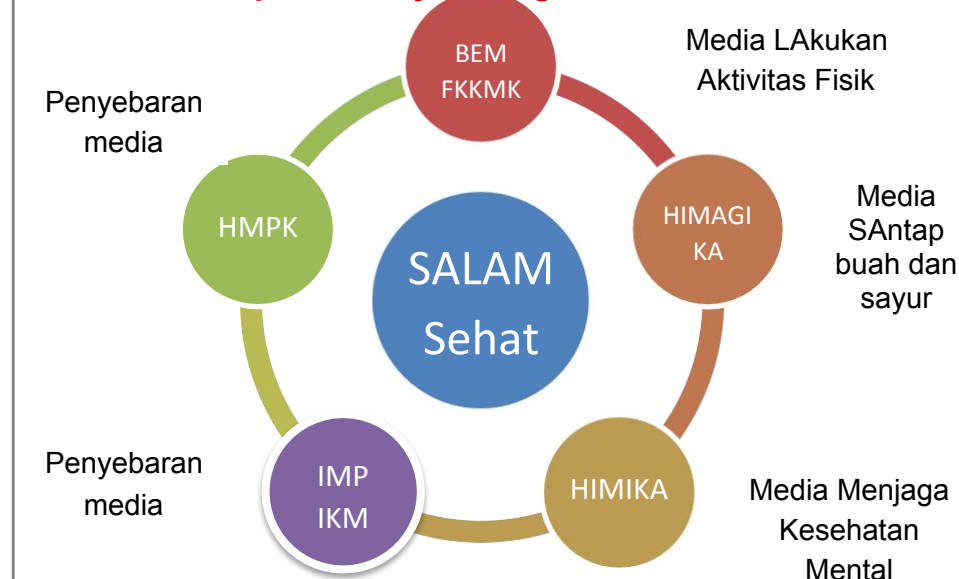
AIM / OBJECTIVE

Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi pengembangan media komunikasi kesehatan “SALAM Sehat” berbasis organisasi mahasiswa di FKKMK UGM.

METHODS

Proses pengembangan media dilakukan dengan partisipasi mahasiswa melalui organisasi mahasiswa FKKMK UGM.⁽³⁾ Media yang telah dikembangkan berupa poster *online* dan video *filler* melalui akun dan grup organisasi mahasiswa.⁽⁴⁾

Grafik 1. Pola pemberdayaan organisasi mahasiswa



Metode evaluasi dilakukan secara kualitatif dengan evaluasi formatif dan iteratif. Kelebihan, kekurangan, strategi pengembangan media dan penyebaran media.⁽⁵⁾ Evaluasi proses untuk mengukur proses implementasi program meliputi persepsi tentang *Health Promoting University*, media SALAM Sehat, organisasi, penyebaran, hambatan dan pendukung dalam pengembangan media SALAM Sehat.⁽⁵⁾ Pengambilan data dilakukan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) dengan anggota Organisasi Mahasiswa dipilih berdasarkan *quota sampling*.⁽⁶⁾

RESULTS

1. Evaluasi Formatif

- Kelebihan media yaitu sudah informatif, mudah dipahami, mudah disebarkan

- Kekurangan media yaitu kesulitan dalam mendesain poster dan terdapat poster yang membutuhkan informasi lebih detail

- Strategi pengembangan dan penyebaran media yaitu advokasi ke setiap prodi untuk sosialisasi SALAM Sehat agar menyeluruh di FKKMK, regenerasi tim SALAM Sehat melalui rekrutmen, dan masing-masing organisasi FKKMK membuat program sendiri terkait kampanye media seperti SALAM Sehat.

2. Evaluasi Proses

- Persepsi SALAM Sehat dan *Health Promoting University* yaitu SALAM Sehat mendukung upaya *Health Promoting University* dalam promosi hidup sehat.
- Pengorganisasian dalam pembuatan media yaitu membentuk sebuah tim dengan pembagian tugas.
- Penyebaran media dilakukan dengan membagikan media melalui grup organisasi kemudian personal melalui *broadcast* dan sosialisasi media SALAM Sehat melalui Kongres.
- Hambatan dalam pengembangan media antara lain kesibukan masing-masing anggota tim sehingga sangat bergantung pada keuangan waktu
- Pendukung dalam pengembangan media antara lain terdapat SOP yang disepakati, kerjasama antara mahasiswa sarjana dan pascasarjana.

Gambar 1. Media Komunikasi Kesehatan “SALAM Sehat”



CONCLUSIONS

Media Komunikasi Kesehatan “SALAM Sehat” berupa poster maupun filler yang berisi informasi kesehatan di mana produksi dan desain poster berasal dari komunitas mahasiswa merupakan salah satu upaya *Health Promoting University* dalam inisiasi *Healthy University*⁽⁷⁾ dan penyebaran media telah menyebar dari orang ke orang melalui proses berbagi halaman jaringan sosial yang ada.⁽⁴⁾

Pengembangan media komunikasi kesehatan SALAM Sehat dengan strategi keterlibatan organisasi membutuhkan intervensi berkelanjutan dan pengembangan media yang konsisten, terintegrasi dengan kebijakan, didukung dengan fasilitas memadai, serta perlu kerjasama yang lebih luas agar media komunikasi dapat menjangkau seluruh civitas akademika FKKMK UGM.

BIBLIOGRAPHY

- Ramadhan, Muhammad., (2017). Perancangan Media Komunikasi Visual Pada Kampanye Sosial Donor Darah. e-Proceeding of Art & Design : Vol.4, No.3 Desember 2017.
- Fertman, Carl & Allensworht, Diane. (2010). *Health Promotion Programs From Theory to Practice*. San Francisco : Jossey-Bass.
- Cresswell, J.W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Freeman, B., Potente, S., Rock, V., & Mciver, J. (2015). Social media campaigns that make a difference: what can public health learn from the corporate sector and other social change marketers ?, 25(March), 1–8.
- Coffman, J. (2002). Lessons in Evaluating Communications Campaigns. *Harvard Family Research Project*, (June), 45.
- Saryono & Anggraeni M.D. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Bidang Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Knight, A., & Placa, V. La. (2013). *International Journal of Health Healthy Universities : taking the University of Greenwich Healthy Universities Initiative forward*, (February), 37–41.