

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KESEHATAN KOTA PEKANBARU DALAM MENSOSIALISASIKAN GERAKAN MASYARAKAT HIDUP SEHAT (GERMAS) DI KOTA PEKANBARU

Oleh :Ulandari Erisa
Email: ulandarierisa94@gmail.com
PembimbingDr. Yasir, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi-Konsentrasi Manajemen Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bima Widya, Jl H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp, Baru, Pekanbaru 28293
Telp/Fex. 0761-63277

ABSTRAK

Currently no infectious diseases increased (PTM) such as jantung attacks and stroke, cancer, high blood, lung and asthma-like breathing then diabetes and others. Still the low level of awareness of public health, are often the cause of the emergence of a wide range of issues related to public health, low public awareness is due to several factors. In this case the health service of the city of Pekanbaru, conducting socialization movement society healthy living (GERMAS). The purpose of this research is to know the audience analysis, planning and media selection conducted Health Office pekanbaru in disseminating the healthy communities movement alive in the city of pekanbaru.

This study used descriptive qualitative research method that is by describing the state of the subject and object of research, at this time based on the facts that exist. Inger research informant hearts totaled 7 informant and its taken by purposive. The types and sources of data used are primary data and secondary data. Technique of collecting interview data and documentation. Data analysis techniques use interactive data analysis models. The technique of checking the validity of the data uses an extension of participation and triangulation.

Research show that the development communication strategies of Pekanbaru City Health Office has a goal in disseminating the healthy living society movement, namely the whole sociality of Pekanbaru in terms of education, institutions, businesses, individuals, families, age and gender. Planning messages used directly to the core of the message through three format of organizing messages that topical format, special format and problem solving, message style and appeal. After that the use of the selected media is face to face (directly), print media, electronic media and outdoor media.

Keybord: Strategy, communication, socialize

PENDAHULUAN

Saat ini, Indonesia tengah menghadapi tantangan besar yakni masalah kesehatan. Karena masih banyak penyakit infeksi. Meningkatnya penyakit tidak menular dan penyakit-penyakit yang seharusnya sudah terastasi muncul kembali. Perubahan gaya hidup masyarakat menjadi salah satu penyebab terjadinya pergeseran pola penyakit (*Transisi Epidemiologi*) dalam 30 tahun terakhir terkait dengan perilaku manusia pada tahun 1990, penyebab terbesar kesakitan dan kematian adalah penyakit menular yakni infeksi pernapasan dan tuberkulosis dan diare. Namun sejak tahun 2010, penyebab terbesar kesakitan dan kematian adalah penyakit tidak menular (PTM) yaitu tekanan darah tinggi, stroke, kanker, jantung dan diabetes melitus. Berdasarkan data kementerian kesehatan, ada sekitar 30% penduduk mengeluh sakit. Ditahun 2015 ada 10 penyakit penyebab terbesar kematian yakni stroke, kecelakaan lalu lintas, jantung, kanker, diabetes melitus, saluran pernapasan, depresi, asfiksia dan trauma kelahiran serta penyakit paru obstruksi kronis. Meningkatnya penyakit tidak menular (PTM) dapat menurunkan produktivitas sumber daya manusia, bahkan kualitas generasi bangsa. Penduduk usia produktif dengan jumlah besar yang seharusnya memberikan kontribusi pada pembangunan, justru terancam apabila kesehatannya terganggu oleh penyakit tidak menular (PTM) dan perilaku yang tidak sehat, tutur Menteri kesehatan RI. Kementerian Kesehatan RI secara khusus mengingatkan masyarakat untuk menjaga kesehatan melalui gerakan masyarakat hidup

sehat (germas) guna mewujudkan indonesia sehat.

Sesuai instruksi presiden No 1 2017 tentang gerakan masyarakat hidup sehat (Germas) diharapkan seluruh komponen bangsa berperilaku sehat untuk meningkatkan kualitas hidup. Bertepatan dengan hari kesehatan nasional ke-53 pada 12 November 2017, pemerintah juga meluncurkan gerakan masyarakat hidup sehat (Germas) untuk dapat mewujudkan masyarakat Indonesia yang sehat dengan adanya dari berbagai sektor. Germas sendiri awalnya sudah di adakan pada tahun 2016 bertepatan Hari Kesehatan Nasional Ke-52 12 November 2016. Gerakan masyarakat hidup sehat (Germas) merupakan suatu tindakan sistematis dan terencana yang dilakukan secara bersama-sama oleh seluruh komponen bangsa dengan kesadaran, kemauan dan kemampuan berperilaku sehat untuk meningkatkan kualitas hidup.

Untuk saat ini di Kota Pekanbaru dalam membangun bidang kesehatan dihadapkan dua sisi persoalan dalam penanganan penyakit. Satu sisi masih dihadapkan penyakit menular baik HIV/AIDS dan lain-lain. Sisi lain juga dihadapkan semakin meningkatnya penyakit tidak menular (PTM) seperti serangan jantung dan stroke, kanker, darah tinggi, pernapasan seperti paru dan asma kemudian diabetes dan lainnya. Jadi untuk penyakit tidak menular ini ada beberapa faktor yang memicu diidap oleh masyarakat, bisa bawaan atau keturunan, kurangnya olahraga atau kegiatan fisik, diet yang tidak sehat dan tidak berimbang atau pola makan, merokok, konsumsi alkohol dan lain-lain. Dinas kesehatan kota pekanbaru

ada upaya dini dalam penanggulangan yang di lakukan dengan membuka klinik atau posko pemeriksaan gratis cek gula darah, asam urat, tensi darah, dan mebuca tempat agar masyarakat dapat melakukan aktifitas fisik seperti car Friday dan membuat ruang terbuka untuk melakukan aktifitas fisik, dengan melakukan pengecekan kesehatan dengan rutin melakukan aktifitas fisik dan menjalankan indikator gerakan masyarakat hidup sehat (GERMAS) merupakan upaya pemerintah untuk meningkatkan gaya hidup sehat pada masyarakat Kota Pekanbaru.

Masih rendahnya tingkat kesadaran kesehatan masyarakat, sering kali menjadi penyebab munculnya berbagai persoalan yang terkait dengan kesehatan masyarakat, rendahnya kesadaran masyarakat ini disebabkan beberapa faktor, diantaranya kondisi kesehatan dan lingkungan, seperti, masih rendahnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat, terhadap pentingnya pola hidup bersih dan sehat, masih rendahnya kualitas lingkungan perumahan dan pemukiman masyarakat, masih rendahnya asupan gizi karena kemampuan daya beli rendah, terbatasnya aksesibilitas fasilitas, sarana dan prasarana yang murah dan memadai dan masih tingginya angka kematian ibu dan anak.

Dalam penerapan gerakan masyarakat hidup sehat (germas), Dinas kesehatan kota pekanbaru melakukan pengenalan gerakan masyarakat hidup sehat di setiap adanya penyuluhan dan sosialisasi dimasyarakat, tidak hanya melalui penyuluhan dinas kesehatan

juga menggunakan media dalam mensosialisasikan gerakan masyarakat hidup sehat tersebut agar mendapatkan *feedback* dari masyarakat.

Program yang akan di fokuskan dalam kegiatan gerakan masyarakat hidup sehat (Germas), yaitu peningkatan aktifitas fisik, memeriksa kesehatan secara rutin, mengkonsumsi sayur dan buah, tidak merokok, membersihkan lingkungan, menggunakan jamban sehat dan tidak mengkonsumsi alkohol. Program ini di lakukan supaya masyarakat memperhatikan kesehatan masyarakat baik dan dapat berperilaku sehat dalam kehidupan sehari-hari agar dapat meningkatkan gaya hidup sehat. Adapun yang melaksanakan kegiatan gerakan masyarakat hidup sehat merupakan seluruh lapisan masyarakat seperti, instansi, sekolah, organisasi, dan masyarakat. Dengan melakukan sosialisasi kemasyarakat melalui secara langsung, menggunakan media cetak dan iklan. Media yang sudah digunakan oleh dinas kesehatan kota pekanbaru dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat, penggunaan media cetak seperti *leaflet* (selembaran), baliho. Namun media yang digunakan belum sangat efektif sebab masih menggunakan media yang minim akan diketahui masyarakat. Kurangnya dana penyebab dari minimnya iklan atau media yang digunakan untuk melakukan sosialisasi, padahal di jaman modren atau jaman media sosial bisa saja dinas kesehatan menggunakan media sosial sebagai sarana dalam mengenalkan atau mempromosikan germas agar masyarakat tahu apa itu germas.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan kegiatan gerakan hidup sehat masyarakat dan mengangkat judul “Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) Di Kota Pekanbaru”

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan kegiatan perencanaan yang disusun secara cermat untuk mencapai tujuan tertentu. Effendy (2009:32) di dalam buku teori dan praktik komunikasi, menyatakan strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planing*) dan manajemen (*managemen*) untuk mencapai tujuan.

Mintzberg (dalam Liliweri, 2011: 249) menjelaskan bahwa orang menggunakan strategi dalam beberapa cara berbeda namun pada umumnya mencakup empat makna seperti berikut:

1. Strategi adalah sebuah rencana, “bagaimana. Suatu cara untuk mendapatkan sesuatu.
2. Strategi adalah pola tindakan dari waktu ke waktu misalnya.
3. Strategi adalah suatu posisi yang mencerminkan keputusan untuk menawarkan produk atau jasa tertentu di pasar tertentu.
4. Strategi adalah perspektif terhadap visi, dan arah terhadap visi.

Fungsi strategi dalam perusahaan atau instansi adalah sebagai alat petunjuk, pemberian arah yang jelas bagaimana teknis

operasional dari tujuan yang akan di capai. Istilah strategi sering pula disebut rencana strategi atau rencana jangka panjang perusahaan atau instansi. Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak di tentukan oleh penentuan strategi komunikasi.

Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi.”(Effendy, 2009:32).

Seperti halnya dengan strategi dalam bidang apapun, strategi komunikasi didukung oleh teori-teori, karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Banyak teori komunikasi yang sudah diketengahkan oleh para ahli tetapi untuk strategi komunikasi mungkin yang menandai untuk dijadikan pendukung strategi komunikasi ialah apa yang dikemukakan oleh Harold Laswell. Laswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “*who says what in which channel to whom with what effect?*” (Effendy, 2008:29)

Strategi Perencanaan Komunikasi

Perencanaan adalah pernyataan tertulis mengenai segala

sesuatu yang akan dilakukan atau harus dilakukan. Sifatnya selalu berorientasi kemasa yang akan datang (*future oriented*) (Yasir 2011: 18). Perencanaan dilakukan dalam perumusan tujuan, usaha, prosedur, metode dan jadwal pelaksanaannya, di dalamnya termasuk ramalan tentang kondisi di masa yang akan datang. Perencanaan sebagai penentuan tujuan yang akan dicapai atau yang akan dilakukan, bagaimana, bilamana dan oleh siapa.

Perencanaan harus melihat jangkauan yang jauh kedepan, dengan demikian program –program yang akan dilakukan senantiasa berada dalam tataran perencanaan strategi yang akan dibuat. Dan jika terjadi pergantian pimpinan maka yang berubah adalah *style* atau gaya kepemimpinan, dan bukan perencanaan strategi yang telah ada ditingkat pusat. Perencanaan sangat penting dilakukan dalam sebuah program demi pencapaian yang maksimal dan sesuai dengan harapan. Perencanaan sebagai langkah awal untuk semua jenis kegiatan, perencanaan juga mengawali semua tahap pembangunan agar tujuan pembangunan dapat tercapai dengan sumber daya dan sumber dana yang tersedia.

Menurut, (Dilla 2007:181) menyatakan untuk melakukan suatu kegiatan perlu adanya sebuah rencana guna mencapai sesuatu yang diharapkan untuk masa yang akan datang. Dalam bidang komunikasi dikenal sebagai perencanaan komunikasi. Perencanaan yang baik selalu memerlukan beberapa tahapan dalam penerapannya sehingga dapat mencapai sasaran yang dituju. Tahap tersebut yaitu:

1. Analisis Khalayak

Khalayak yang hendak dijangkau dengan perencanaan komunikasi hendaklah dianalisis terlebih dahulu. Analisis ini dimaksud agar penyelenggaraan program benar-benar mengenali spersis mungkin siapakah gerangan mereka yang akan menjadi khalayak program atau perencanaan komunikasi. Pengenalan ini penting agar segala sesuatu dalam rencana yang disusun dapat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan khalayak. Tahap ini menganalisis segmen masyarakat sasaran yang kita hadapi dari segi sosiodemografi (pendidikan, usia, jenis, kelamin, etnis, kepercayaan, bahasa, pekerjaan).

Pemahaman komprehensif mengenai tatanan masyarakat ini diperlukan untuk menentukan khalayak sasaran dan format kegiatan yang sesuai dengan keinginan komunikator dan kebutuhan khalayak sasaran.

2. Penentuan Tujuan

Dalam perencanaan komunikasi (*objektive*) yang hendak dicapai haruslah jelas. Sehingga semua pihak paham dan tahu apa yang dihasilkan oleh perencanaan komunikasi ini. Dengan kata lain, semua orang mengerti posisi kemana arah “perjalanan” yang ditempuh. Perencanaan komunikasi harus dirumuskan secara konkrit dan spesifik. Perumusan tujuan ini berpedoman pada beberapa kaidah yang berlaku untuk itu. Dengan demikian kemana tujuan yang hendak dicapai menjadi jelas dan terang.

3. Pemilihan Media

Sebelum memilih saluran yang tepat, terlebih dahulu harus mengetahui informasi lapangannya yang dipetakan, yakni apakah

khalayak yang menjadi target sasaran rata-rata mengetahui dan memiliki media yang digunakan dalam kegiatan atau program. Dalam pemilihan media juga dapat menggunakan bauran media dengan saluran media yang ditetapkan.

4. Rancangan Pesan

Dengan memahami khalayak, dan tujuan maka perencanaan komunikasi harus ampu memilih pesan apa yang sesuai dengan pengetahuan, kebutuhan, dan pengalaman khalayak yang menjadi target sasaran. Setiap khalayak memiliki keragaman yang berbeda satu sama lainnya. Untuk itu diperlukan kunci-kunci pesan yang cocok dengan sasaran khalayak. Sehingga komunikasi dapat berjalan dengan efektif

5. Evaluasi

Evaluasi merupakan metode pengkajian dan penilaian kebersihan kegiatan

komunikasi yang dilakukan, dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan kegiatan yang telah dilakukan. Evaluasi memberitahu pemimpin program, apakah pendekatan kegiatan komunikasi, yang digunakan berhasil atau tidak, atau dapat di perluas pada kegiatan lainnya nanti. Efektifitas sebuah program komunikasi hanya bisa diketahui dengan evaluasi.

Komunikasi Pemasaran

Ada tiga unsur pokok dalam struktur komunikasi pemasaran yaitu :

1. Pelaku Komunikasi

Terdiri atas pengirim (*sender*) atau komunikator yang

menyampaikan pesan dan penerima (*receiver*) atau komunikasi pesan. Dalam konteks ini, komunikatornya adalah produsen/perusahaan, sedangkan komunikannya adalah khalayak, pasar pribadi, pasar organisasi, maupun masyarakat umum.

2. Material Komunikasi

Ada beberapa material komunikasi pemasaran yang penting, yaitu:

- a. Gagasan, yaitu materi pokok yang hendak disampaikan pengirim. Pesan (*message*), yakni himpunan berbagai simbol (oral, verbal, atau non verbal) dari suatu gagasan, pesan hanya dapat dikomunikasikan melalui media.
- b. Media, yaitu pembawa (*transporter*) pesan komunikasi. Pilihan media komunikasi pemasaran bisa bersifat personal maupun nonpersonal. Media personal dapat dipilih dari penganjur (misalnya konsultan), tenaga ahli profesional, atau dari masyarakat umum. Media non-personal meliputi media massa (radio, tv, internet, koran, majalah, tabloid), kondisi lingkungan (ruangan, gedung) ataupun peristiwa tertentu (hari-hari besar atau spesial).
- c. *Responde*, yaitu reaksi pemahaman atas pesan yang diterima oleh penerima.
- d. *Feed-back*, yaitu pesan umpan balik dari sebagian atau keseluruhan respon yang dikirim kembali oleh penerima.
- e. Gangguan (*noise*), yaitu segala sesuatu yang dapat menghambat kelancaran proses komunikasi.

1. Proses Komunikasi

Proses penyampaian pesan (dari pengirim ke penerima) maupun pengirim kembali respon (dari penerima kepada pengirim) akan memerlukan dua kegiatan, yaitu *encoding* (fungsi mengirim) dan *decoding* (fungsi penerima).

Tiga unsur proses komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pengirim ke penerima yang memunculkan *feedback* dan *noise* bertujuan untuk mengirimkan pesan melalui proses komunikasi secara langsung maupun tidak langsung.

Sosialisasi

Sosialisasi adalah suatu proses dimana seorang menghayati (mendarah dagingkan/internalize) norma-norma kelompok dimana dia hidup sehingga timbulah diri yang unik. Jadi dapat dilihat bahwa sosialisasi adalah proses ketika individu mendapatkan kebudayaan dari kelompoknya dan menjadikan milik bersama sebuah norma sosial yang ada, sehingga membawa orang tersebut untuk memperhitungkan harapan-harapan orang lain. Paul B. Horton dan Chester (dalam Sutaryo, 2005: 28)

Memperhatikan proses sosialisasi secara lebih dekat, tampaknya bahwa sesungguhnya proses ini bukan suatu aktivitas yang bersifat sepihak. Bagaimanapun juga, sosialisasi adalah suatu proses yang diikuti secara aktif oleh dua pihak: pihak pertama pihak yang mensosialisasikan dan pihak kedua yang disosialisasikan (Harwoko, 2004: 56).

Setiap masyarakat manusia yang bertipe (*sosio-kultur*) dimana tertib sosial tidak terwujud dengan

sendirinya (secara kodrat) itu selalu akan kita jumpai adanya dua usaha yang diperlukan untuk berlangsungnya keadaan tertib sosial.

Komunikasi Kesehatan

Komunikasi kesehatan merupakan studi yang menekankan peranan teori komunikasi yang dapat digunakan dalam penelitian dan praktik yang berkaitan dengan promosi kesehatan dan pemeliharaan kesehatan. Komunikasi kesehatan merupakan proses untuk mengembangkan atau membagi pesan kesehatan kepada audiens tertentu dengan maksud mempengaruhi pengetahuan, sikap, keyakinan mereka tentang pilihan perilaku hidup sehat. Komunikasi kesehatan menurut *Health Communication Partnership's M/MC Health communication Materials Database* ialah seni dan teknik penyebaran informasi kesehatan yang bermaksud mempengaruhi dan memotivasi individu, mendorong lahirnya lembaga institusi baik sebagai peraturan ataupun sebagai organisasi di kalangan audiens yang mengatur perhatian terhadap kesehatan. Komunikasi kesehatan meliputi informasi tentang pencegahan penyakit, promosi kesehatan, regulasi bisnis dalam bidang kesehatan, yang sejauh mungkin mengubah dan membarui kualitas individu dalam suatu komunikasi atau masyarakat dengan mempertimbangkan aspek ilmu pengetahuan dan etika (Liliweri, 2007: 47).

Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (Germas)

sistematis dan terencana yang dilakukan secara bersama-sama oleh

seluruh komponen bangsa dengan kesadaran, kemauan dan kemampuan berperilaku sehat untuk meningkatkan kualitas hidup. Germas bertujuan untuk menurunkan beban penyakit, menghindarkan penyakit, menghindarkan terjadinya penurunan produktivitas penduduk, dan menurunkan pembiayaan pelayanan kesehatan. Germas dilakukan oleh seluruh lapisan masyarakat dengan mempraktikkan pola hidup sehat dalam kesehariannya yang dimulai dari diri sendiri, keluarga dan lingkungan masyarakat sekitar.

Yang dapat melaksanakan kegiatan gerakan masyarakat hidup sehat ini seluruh lapisan masyarakat yaitu, individu, keluarga, masyarakat, akademis, dunia usaha, organisasi masyarakat, dan pemerintah pusat. Dengan melakukan kegiatan seperti:

- a. mempraktekan pola hidup sehari-hari
- b. menggerakkan institusi dan organisasi masing-masing
- c. menyediakan: kurikulum pendidikan, fasilitas, olahraga, sayur dan buah, fasilitas kesehatan, kawasan tanpa rokok, taman untuk beraktifitas, iklan layanan masyarakat, *car free day*, dan sebagainya

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan sebagainya. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang ilmiah dan dengan

memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Hardiansyah, 2010:9).

Secara umum penelitian ini

Lokasi dan Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kantor Dinas Kesehatan Kota Pekanbaru Jl. Melur No. 103, Padang Bulan, Senapelan Kota Pekanbaru. Penelitian dilakukan selama 6 bulan dari bulan Maret 2018 sampai dengan September 2018.

Subjek dan obyek

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 10 orang yang dipilih menggunakan teknik *purposive* dan teknik *snowball*. Objek dari penelitian ini merupakan strategi komunikasi Dinas Kesehatan kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan gerakan masyarakat hidup sehat (Germas) di kota Pekanbaru.

Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data menggunakan, teknik observasi (pengamatan), wawancara dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model interaktif yang di cetuskan oleh Miles dan Huberman melalui reduksi data, display data atau penyajian data dan terakhir pengambilan kesimpulan atau verifikasi (Kriyantono, 2009, 139).

Teknik Keabsahan Data

perpanjangan keikutsertaan

Perpanjangan keikutsertaan juga menuntut penulis agar terjun ke dalam lokasi dan dalam waktu yang panjang guna mendeteksi dan memperhitungkan distorsi yang

mungkin merusak data. Selain itu perpanjangan keikutsertaan juga dimaksudkan untuk membangun kepercayaan para subjek terhadap penulis dan juga kepercayaan diri penulis itu sendiri (Moleong,2005:328)

Triangulasi

teknik pemeriksaan keabsahan data dengan triangulasi memungkinkan penulis untuk *recheck* temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori. Membandingkan dengan berbagai sumber dapat dilakukan dengan:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
3. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang.
4. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. (Meloeng,2005:331-332).

Penelitian menguji keabsahan data yang diperoleh setelah turun kelapangan dengan berpedoman kepada konsep tringulasi oleh Moleong. Melalui observasi, peneliti dapat langsungmembandingkan hasil pengamatan tersebut dengan keterangan-keterangan lebih lanjut yang didapatkan setelah melakukan wawancara dengan subjek. Peneliti juga membandingkan bagaimana pandangan atau perspektif dari berbagai pendapat dan pandangan

orang, sehingga dapat diketahui adanya kesesuaaian atau ketidaksuiaan harapan antara kedua belah pihak sehingga kebenaran informasi yang telah diperoleh sebelumnya oleh peneliti dapat lebih diperkuat. Pada penelitian ini, peneliti melakukan perbandingan atas hasil wawancara dengan data yang peneliti dapatkan dari observasi.

HASI DAN PEMBAHASAN

Analisis Khalayak Dinas Kesehatan Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS)

Analisis khalayak merupakan hal yang terpenting dalam melakukann suatu kegiatan, Analisis ini dimaksud agar benar-benar mengenali persis sasaran komunikasi Dinas Kesehatan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan gerakan masyarakat hidup sehat, khalayak yang dimaksud merupakan seluruh lapisan masyarakat Kota Pekanbaru. Dinas Kesehatan Kota Pekanbaru juga memberikan sosialisasi tersebut kepada pihak-pihak yang membantu dalam memberikan informasi mengenai gerakan masyarakat hidup sehat melalui Kader posyandu, perangkat kelurahan dan puskesmas. Yang menjadi sasaran merupakan, individu, keluarga, akademisi (Universitas), sekolah-sekolah, dunia usaha, instansi, kelompok-kelompok arisan, pengajian , kantor dan memberikan sosialisasi berdasarkan usia dan jenis kelamin. Dengan menggunakan strategi perencanaan pesan dinas kesehatan kota pekanbaru diharapkan agar dapat memaksimalkan dalam

menyampaikan pesan dengan mengikat tumpukan utama dari pesan yang akan disampaikan dengan situasi yang aktual serta mengelompokkan pesan serbagai bentuk misalnya, pentingnya perilaku hidup sehat kemudai pemecahan masalahnya dengan melakukan rutin pengecekan kesehatan bukan diwaktu sakit saja, dan melakukan indikator-indikator dari germas.

Perencanaan Pesan Komunikasi Dinas Kesehatan Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS).

Melalui gaya pesan dan imbauan pesan diharapkan dinas kesehatan kota pekanbaru bisa menggunakan strategi ini agar lebih dapat memberi informasi kepada masyarakat dengan melakukan kegiatan-kegiatan dalam tidak membawa anak agar informasi dapat diterima dengan baik. Dalam hal ini dinas kesehatan dalam membuat gaya pesan karena dalam menyampaikan pesan kemasyarakat sangat berbeda dalam melakukan sosialisasi kemasyarakat masih ada yang belum memahami apa yang sudah disampaikan. seperti pesan yang disampaikan merupakan “ melakukan aktifitas fisik, makan-makanan yang sehat, cek kesehatan dengan rutin” Dinas Kesehatan Kota Pekanbaru juga memberikan imbauan pesan untuk menyentuh masyarakat seperti “ masyarakat harus lebih proaktif lagi dengan pola hidup sehat untuk mengurangi biaya hidup dalam berobat” Dan imbauan dinas kesehatan berikan kepada masyarakat gunakan layanan kesehatan pada saat sehat bukan pada saat sakit saja, dengan melakukan pengecekan

pada tubuh kita agar terhindar dari penyakit dan tidak meningkatnya biaya hidup.

Pemilihan Media Dinas Kesehatan Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS)

strategi dalam pemilihan media Dinas Kesehatan Kota Pekanbaru melakukan kerjasama dengan pihak-pihak media dalam mengkomunikasikan gerakan masyarakat hidup sehat melalui media massa. Yang pertama Media tatap muka merupakan media yang mempertemukan secara tatap muka pihak komunikator dan komunikan, Dinas Kesehatan Kota Pekanbaru melakukan sosialisasi langsung kepada masyarakat kota pekanbaru agar mendapatkan langsung *feedback* dari komunikan. Kemudian Dinas Kesehatan Kota Pekanbaru menggunakan media cetak, memberi selebaran seperti leaflet yang tertera indikator-indikator dan pesan-pesan dari gerakan masyarakat hidup sehat. kemudian menggunakan media elektronik radio lokal, seperti radio Eljhon dan RRI, sedangkan stasiun televisi merupakan stasiun tv lokal RTV (Riau televisi) dan menggunakan media sosial facebook, Kemudian Dinas kesehatan juga menggunakan media luar ruangan seperti baliho dan sepanduk.

Kesimpulan

1. Dalam analisis khalayak untuk mengetahui sasaran dari program gerakan masyarakat hidup sehat dinas kota pekanbaru memiliki sasaran dalam mensosialisasikan yaitu: kader posyandu, perangkat kelurahan yang ikut serta dapat

menyampaikan dalam hal program gerakan masyarakat hidup sehat, dan selanjutnya seluruh lapisan masyarakat keluarga, sekolah-sekolah dunia usaha, instansi dll.

2. Strategi perencanaan pesan dari dinas kesehatan kota pekanbaru dalam mensosialisasikan gerakan masyarakat hidup sehat merupakan ajakan kepada masyarakat untuk ikut serta dalam gerakan masyarakat hidup sehat (GERMAS), dan pesan yang disampaikan mudah dimengerti oleh masyarakat, dengan menggunakan strategi perencanaan pesan yaitu: inti pokok pesan, pengorganisasian pesan (format topikal, format spesial dan pengembangan masalah) dan gaya pesan.

3. penggunaan media yang dapat memberikan pengaruh kepada masyarakat tujuan dari satrategi komunikasi. Dinas kesehatan melakukan kerjasama dengan beberapa media. media yang digunakan untuk membantu dalam kegiatan mensosialisasikan gerakan masyarakat hidup sehat menggunakan media cetak seperti leaflet dan brosur, lalu menggunakan media luar ruangan seperti baloho dan spanduk dan menggunakan media elektronik seperti stasiun tv lokal, radio, dan media sosial(facebook)

Saran

Adapun saran atau masukan yang ingin penulis sampaikan kepada dinas kesehatan kota pekanbaru adalah sebagai berikut:

1. Strategi yang digunakan dinas kesehatan dalam

mensosialisasikan gerakan masyarakat hidup sehat sudah berjalan dengan baik, namun lebih baik lagi adanya peningkatan dalam memberikan sosialisasi dan penyuluhan yang dilakukan dinas kesehatan kota pekanbaru.

2. Media yang digunakan Dinas Kesehatan Kota Pekanbaru masih belum efektif, diharapkan kepada pihak Dinas Kesehatan Kota Pekanbaru menggunakan media-media sosial yang lebih banyak masyarakat gunakan agar pesan dari gerakan masyarakat hidup sehat (GERMAS) mudah di terima oleh masyarakat.

3 diharapkan kepada masyarakat untuk ikut serta dalam menjalankan program kesehatan pemerintah yaitu gerakan masyarakat hidup sehat (GERMAS), untuk menjaga perilaku pola hidup sehat .

DAFTAR PUSTAKA

- Dilla Sumadi. 2007. *Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu*. Bandung Simbiosis Rekatama Persada.
- Effendy, Uchajana Onong. 2000. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung.
- Effendy, Uchajana Onong. 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung.
- Effendy, Uchajana Onong. 2009. *Ilmu komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung.
- Hardiansyah, H. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Selemba Humanika.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*.

- Jakarta : Kencana Media Group.
- Liliweri, Lexy J. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syam, Nina Winangsih. 2001. *Perencanaan pesan dan Media*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sutaryo. 2005. *sosiologi Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.
- Tripomo. 2005. *Strategi Komunikasi Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Yasir. 2011. *Perencanaan Komunikasi*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.

Sumber lain

[http://topiknews.com/berita-\\$d\[judul_seo\].html#ixzz54Ve2xXmj](http://topiknews.com/berita-$d[judul_seo].html#ixzz54Ve2xXmj)
www.depkes.go.id
harianriau.co
 Profil Kesehatan Kota Pekanbaru 2016
 Dinas Kesehatan Kota Pekanbaru
 Bidang Kesmas