

**PENGARUH PESAN KAMPANYE PROGRAM GERMAS (GERAKAN
MASYARAKAT HIDUP SEHAT) PUSKESMAS HARAPAN RAYA
TERHADAP GAYA HIDUP SEHAT MASYARAKAT KECAMATAN BUKIT
RAYA KOTA PEKANBARU**

Oleh : Sri Wahyu

sriwahyu106@gmail.com

Pembimbing : Evawani Elysa Lubis, M.Si

Konsentrasi Hubungan Masyarakat - Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus bina Widya, Jl. H. R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 2893

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Pekanbaru City, which holds the status of the capital city of Riau Province, is faced with the problem of disease cases, which are related to an unhealthy lifestyle. Based on the Central Statistics Agency of Pekanbaru City, Bukit Raya District is one of the sub-districts ranked second in terms of disease cases in Pekanbaru City. In addition, the distribution of GERMAS is mostly found in Bukit Raya Subdistrict, seen in the holding of GERMAS at CFD (Car Free Day) in Bukit Raya Sub-district and the distribution of GERMAS billboards, banners and campaign brochures. The purpose of this study was to know at a glance the effect of the GERMAS campaign message (a movement for a healthy living community) Harapan Raya Community Health Center on the healthy lifestyle of the people of Bukit Raya District.

This study uses quantitative research methods, with data analysis techniques, namely through distributing questionnaires directly to the people of Bukit Raya Subdistrict with a population of 27,333 people and the number of samples taken is 100 respondents calculated using the Slovin formula and determined by accidental sampling technique.

The results of this study indicate the value of the regression coefficient in this study is $Y = 8,072 + 0,770 X$ Meanwhile tcount (8,981) is greater than ttable (1.984). Based on the statistical calculations obtained, the hypothesis for this study is that H_a there is a significant influence between the message of the GERMAS campaign (X) the healthy lifestyle of the people of Bukit Raya District (Y). So it means that H_a is accepted and H_0 is rejected. Furthermore, the coefficient of determination (Rsquare) is 0.451. This can state that the life of the people of Bukit Raya Subdistrict is 45.1%, which means that the message of the GERMAS campaign is temporary obtained by other variables that are not included in this study.

Keywords: Campaign Message, GERMAS, Healthy Lifestyle

PENDAHULUAN

Pesan atau informasi adalah isi dari sebuah perencanaan komunikasi, yaitu suatu yang hendak disampaikan kepada khalayak. Dengan kata lain pesan adalah inti dari keseluruhan program (Yasir, 2011: 139). Pesan menjadi penghubung antara organisasi dengan publiknya dalam komunikasi. Pesan adalah apa yang diberikan oleh organisasi dan 'diterima' oleh publik, begitu pula sebaliknya. Pesan dan bagaimana pesan tersebut disampaikan menjadi titik awal perubahan pemikiran, sikap ataupun perilaku yang dikehendaki organisasi. Komunikasi melibatkan penerimaan dan penciptaan pesan serta mengubahnya menjadi informasi yang dapat digunakan (Gregory, 2004: 95).

Adapun teori yang akan penulis gunakan adalah teori Stimulus-Respons (S-R). Teori stimulus respon menunjukkan komunikasi sebagai suatu proses aksi-reaksi yang sangat sederhana. Teori stimulus respon mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan-tulisan) isyarat-isyarat non verbal, gambar-gambar dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu. Stimulus respon merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, dimana efek dari komunikasi adanya reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian dapat dipahami adanya kaitan pesan pada media dan reaksi audiens (Mulyana, 2007: 143).

Asumsi dasar dari stimulus respon adalah segala bentuk pesan yang disampaikan baik verbal atau non verbal dapat menimbulkan respon. Jika kualitas rangsangan stimulus yang diberikan baik akan sangat besar mempengaruhi respon yang ditimbulkan. Individu dalam komunikasi tersebut mempengaruhi munculnya respon juga.

Penelitian sebelumnya yang menjadi acuan dalam penelitian ini dan membahas tentang pengaruh pesan kampanye, yaitu penelitian dari Purwanti (2015) dengan judul

“Pengaruh Pesan Kampanye Terhadap Sikap Pengendara (Survey Eksplanatif Program Parkir Meter Dinas Perhubungan Bekasi Di Jl. Ruko Galaxy)”, menunjukkan bahwa pesan kampanye memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Indikator pesan kampanye dalam penelitian ini adalah isi pesan dan struktur pesan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pesan kampanye tentang program parkir meter yang di jalankan oleh Dinas Perhubungan Kota Bekasi berpengaruh signifikan terhadap sikap pengendara di kawasan Grand Galaxy City. Ini bermakna bahwa apa yang dilihat serta dibaca pada banner dan juga umbul-umbul dapat mempengaruhi sikap pengendara terhadap parkir meter. Apabila pesan kampanye disampaikan secara menarik tentang parkir meter dapat menimbulkan sikap positif pengendara yang ada di kawasan Grand Galaxy City.

Penelitian lain dari Dina Lestari Simamora (2019) dengan judul “Pengaruh Pesan Kampanye #GenZHeTikYuk! Terhadap Sikap Ramah Lingkungan Pengikut Akun Instagram @dutalingkunganpku”. Indikator pesan kampanye dalam penelitian ini *Courtesy* (perhatian pada yang diajak berbicara), *Concreteness* (menghindari konsep abstrak), *Completeness* (lengkap, mengandung informasi yang relevan), *Correctness* (benar dan akurat), *Conciseness* (sederhana, ringkas), *Clarity* (jelas dan mudah dipahami), *Consideration* (menimbang situasi dan kondisi). Memperoleh hasil bahwa pesan kampanye berpengaruh terhadap sikap ramah lingkungan pengikut akun instagram @dutalingkunganpku. Dengan demikian, hasil penelitian ini relevan.

Berdasarkan uraian kedua penelitian tersebut dapat diketahui bahwa, pesan informasi yang disampaikan melalui pesan kampanye memiliki pengaruh yang cukup kuat sebagai alat berbagi stimulus berupa

pesan informasi pesan kampanye untuk mempengaruhi seseorang. Sehingga penulis tertarik untuk melihat bagaimana pengaruh dari pesan kampanye tersebut terhadap gaya hidup sehat masyarakat Kecamatan Bukit Raya.

Kampanye merupakan suatu aktivitas proses komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak tertentu dengan cara membujuk (persuasive) dan memotivasi publik untuk berpartisipasi sehingga menciptakan efek tertentu seperti yang direncanakan sesuai dengan tema dan dilakukan pada waktu tertentu, serta dilaksanakan dengan terorganisasi. Melalui kampanye komunikator berusaha membangun pengertian dan pemahaman melalui persuasi terhadap publik sasaran.

Pesan kampanye merupakan bentuk dari pesan persuasi yang mana pesan tersebut tidak diterima sama oleh khalayak sasaran tetapi diterima berbeda-beda dan memberikan efek yang berbeda pada setiap individu (Stellarosa & Kurniasari, 2017) dalam (Lestari 2019)). Pesan kampanye adalah pesan yang menginformasikan kejadian penting yang sedang terjadi di sekitar khalayak sasarnya, sehingga mudah dikenal dan ditanggapi. Indikator pesan kampanye yang peneliti gunakan adalah isi pesan dan struktur pesan

Gaya hidup merupakan salah satu aspek yang esensial di era modern ini. Gaya hidup sehat menurut Kotler (2002; 192) adalah deskripsi dari kegiatan/aktivitas yang didukung oleh minat, keinginan serta bagaimana pikiran menjalaninya dalam berinteraksi dengan lingkungan. Indikator gaya hidup sehat menurut Magistris dan Gracia (dalam Cahyarani, 2018: 18) terdapat beberapa indikator gaya hidup sehat yaitu: aktivitas, minat dan opini, menghindari makanan sintetis, hubungan konsumsi dan kesehatan, dan mengelola pola konsumsi yang sehat.

Program GERMAS adalah sebuah gerakan yang bertujuan untuk memasyarakatkan budaya hidup sehat serta meninggalkan kebiasaan dan perilaku masyarakat yang kurang sehat. Perubahan pola hidup masyarakat yang makin modern menjadi salah satu dasar GERMAS. GERMAS sendiri dicanangkan oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Sesuai instruksi presiden No 1 tahun 2017 tentang GERMAS (gerakan masyarakat hidup sehat) diharapkan seluruh komponen bangsa berperilaku sehat untuk meningkatkan kualitas hidup.

Kondisi kesehatan masyarakat di Indonesia kini semakin kompleks, hal ini disebabkan karena saat ini Indonesia mengalami perubahan pola penyakit yang biasa disebut dengan transisi epidemiologi. Transisi epidemiologi timbul karena terjadinya perubahan pola perilaku dan pola penyakit pada masyarakat Indonesia yang disebabkan karena pola gaya hidup modern (Aninditya, 2019: 4). Gaya hidup merupakan salah satu indikator kualitas hidup seseorang. Seseorang dengan gaya hidup tidak sehat akan mudah terkena penyakit seperti penyakit jantung, diabetes melitus, bahkan stroke yang mana kondisi ini menjadikan kualitas seseorang menjadi menurun.

Kota Pekanbaru yang menyandang status sebagai ibu kota Provinsi Riau yang dihadapkan persoalan banyaknya kasus penyakit, yang mayoritas akibat gaya hidup tidak sehat. Sebaran banyaknya kasus penyakit di Kota Pekanbaru. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru Kecamatan Bukit Raya merupakan salah satu kecamatan peringkat ke-dua kasus penyakit terbanyak di Kota Pekanbaru.

Tabel 1. 1
Peringkat banyaknya kasus penyakit

No	Nama Kecamatan	Banyaknya Kasus Penyakit
1	Rumbai Pesisir	469.355
2	Bukit Raya	28.880
3	Rumbai	17.510
4	Marpoyan Damai	14.244
5	Tampan	11.477

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru dalam 2019

Berdasarkan tabel 1.1 Kecamatan Rumbai Pesisir adalah urutan pertama banyaknya kasus penyakit dengan jumlah 469.355, lalu peringkat kedua adalah Kecamatan Bukit Raya dengan jumlah 28.880, lalu urutan ketiga adalah Rumbai dengan jumlah 17.510, lalu urutan keempat adalah Kecamatan Marpoyan Damai dengan jumlah 14.244, dan urutan kelima Kecamatan Tampan dengan jumlah 11.477 banyaknya kasus penyakit.

Peneliti memilih Kecamatan Bukit Raya, karena berdasarkan hasil survey lapangan dengan melihat keadaan lingkungan di Kecamatan Bukit Raya sendiri masih rawan akan penyakit, merupakan peringkat ke-dua banyaknya kasus penyakit. Selain itu sebaran GERMAS paling banyak terdapat di Kecamatan Bukit Raya, terlihat di adanya GERMAS di CFD (*Car Free Day*) yang berada di Kecamatan Bukit Raya dan adanya baliho GERMAS yang di pajang di simpang bukit raya.

Tabel 1. 2
Sebaran banyaknya kampanye GERMAS di Kecamatan Bukit Raya

No	Kampanye GERMAS	Jumlah
1	Baliho	2
2	Spanduk	5
3	Poster	90

4	Brosur	250
	Jumlah	346

Sumber: Dinas Kesehatan Kota Pekanbaru 2019

Berdasarkan tabel 1.2 sebaran GERMAS melalui baliho dengan jumlah 1, sebaran GERMAS melalui spanduk berjumlah 4, sebaran GERMAS melalui poster berjumlah 90, dan sebaran GERMAS melalui brosur berjumlah 250.

Selain itu fasilitas kesehatan yaitu puskesmas yang turut memberikan sosialisasi ke masyarakat di wilayah kerja masing-masing sehingga semakin banyak yang mengetahui program GERMAS ini. Di Kecamatan Bukit Raya sendiri terdapat 3 Puskesmas. Terutama dapat dilihat dari spanduk GERMAS yang dipajang di depan Puskesmas Harapan Raya Kecamatan Bukit Raya sehingga banyak masyarakat Kecamatan Bukit Raya yang mengetahui program GERMAS ini.

Tabel 1. 3
Banyaknya Kasus Penyakit yang ditangani di Puskesmas menurut Jenis Penyakit di Kecamatan Bukit Raya dalam 2019

No	Jenis Penyakit	Banyaknya Kasus Penyakit
1	I S P A	8412
2	Hypertensi	5873
3	Osteoporosis Arthritis	3507
4	Diabetes Melitus	3076
5	Dispepsia	3012
	Jumlah	23880

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru dalam 2019

Berdasarkan tabel 1.3 jenis kasus penyakit terbanyak adalah ISPA dengan jumlah 8.412, lalu urutan ke-dua adalah Hipertensi dengan jumlah 5.873, lalu urutan ke-tiga adalah Osteoporosis Arthritis dengan jumlah 3.507, lalu urutan ke-empat adalah

Diabetes Melitus dengan jumlah 3.076, dan urutan terakhir adalah dispepsia dengan jumlah 3.012 kasus penyakit di Kecamatan Bukit Raya. Ini menunjukkan bahwa tingkat perilaku hidup bersih dan sehat di Kecamatan Bukit Raya pada tahun 2019 dalam berada pada kategori tidak sehat. Walaupun di daerah tersebut rawan akan terserang penyakit, Namun, apabila dibiarkan, hal ini yang akan menimbulkan pengaruh yang kurang baik untuk kesehatan masyarakat.

Puskesmas harapan raya melakukan pengenalan GERMAS melalui spanduk yang dipajang di depan puskesmas harapan raya agar mendapatkan *feedback* dari masyarakat. Bentuk kampanye program GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) adalah spanduk yang terpajang didepan puskesmas Harapan Raya Kecamatan Bukit Raya.

Pesan-pesan yang disampaikan dalam kampanye GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) adalah saatnya hidup sehat dengan cerdas, melakukan aktivitas fisik 3-5 kali seminggu sekurang-kurangnya 30 menit/hari seperti senam, berjalan menuju ke tempat kerja, ketahui resiko diabetes jaga berat badan, ukur gula darah, ukur tekanan darah dan kolesterol, periksahlah secara berkala ke tenaga kesehatan, makan buah dan sayur 5 porsi/hari dan lakukan diet dengan gizi seimbang, istirahat cukup dan tidur yang berkualitas, hindari asap rokok, tidak merokok di dekat ibu hamil, tidak mencoba merokok, tidak merokok. Program ini dilakukan supaya masyarakat memperhatikan kesehatan masyarakat baik dan dapat berperilaku sehat dalam kehidupan sehari-hari agar dapat meningkatkan gaya hidup sehat (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2019).

Dari fenomena inilah penulis tertarik untuk meneliti dan peneliti memberi judul “pengaruh pesan kampanye program GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) puskesmas harapan raya terhadap

gaya hidup sehat masyarakat Kecamatan Bukit Raya”.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Stimulus-Respon

Teori *Stimulus-Respon* (S-R) adalah teori yang akan penulis gunakan untuk memperjelas penelitian yang penulis lakukan. Teori S-R sebagai singkatan dari stimulus-response pada dasarnya mengungkapkan adanya reaksi akibat dari adanya stimulus yang dalam hal ini diberikan oleh media massa.

Teori stimulus respon menunjukkan komunikasi sebagai suatu proses aksi-reaksi yang sangat sederhana. Teori stimulus respon mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan-tulisan) isyarat-isyarat non verbal, gambar-gambar dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu. Stimulus respon merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, dimana efek dari komunikasi adanya reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian dapat dipahami adanya kaitan pesan pada media dan reaksi audiens (Mulyana, 2007: 143).

Asumsi dasar dari stimulus respon adalah segala bentuk pesan yang disampaikan baik verbal atau non verbal dapat menimbulkan respon. Jika kualitas rangsangan stimulus yang diberikan baik akan sangat besar mempengaruhi respon yang ditimbulkan. Individu dalam komunikasi tersebut mempengaruhi munculnya respon juga.

Pesan Kampanye

Pesan kampanye merupakan bentuk dari pesan persuasi yang mana pesan tersebut tidak diterima sama oleh khalayak sasaran tetapi diterima berbeda-beda dan memberikan efek yang berbeda pada setiap individu (Stellarosa & Kurniasari. 2017) dalam (Lestari 2019)). Pesan kampanye yang efektif adalah pesan yang menginformasikan dengan segera kejadian penting yang sedang terjadi di sekitar

khalayak sasarannya, sehingga mudah dikenal dan ditanggapi.

Kampanye pada dasarnya adalah penyampaian pesan-pesan dari pengirim kepada khalayak. Pesan-pesan tersebut dapat disampaikan dalam berbagai bentuk media mulai dari poster, spanduk, baliho, pidato, iklan, hingga selebaran. Apapun bentuknya, pesan-pesan selalu menggunakan simbol, baik verbal maupun non verbal yang diharapkan dapat memancing respons khalayak (Purwanti, 2015: 36). Dua aspek penting dalam pesan kampanye diantaranya:

a. Isi pesan

Merupakan suatu rangkaian informasi tentang suatu hal yang akan disampaikan kepada masyarakat. Indikator yang digunakan antara lain:

1. Visualisasi

Visualisasi merupakan rekayasa dalam pembuatan gambar, diagram atau animasi untuk menampilkan suatu informasi. Informasi merupakan pesan (ucapan atau ekspresi) atau kumpulan pesan yang memiliki makna dan dapat ditafsirkan. Jadi visualisasi pesan adalah pesan yang dapat disajikan dalam bentuk visual agar mempermudah seseorang mengetahui makna dari sebuah pesan.

2. Emosional

Pada dasarnya, emosional adalah upaya untuk menyampaikan pesan yang dapat mendorong ego. Seringkali emosilah yang menjadi pemicu aksi, bukan logika, maka dari itu wajar bila para pelaku kampanye berusaha untuk merangkai cerita sebaik mungkin yang dapat menyentuh perasaan (emosi) masyarakat. Sebuah pesan kampanye yang menggugah emosional, maka otak masyarakat dirangsang oleh rasa takut, kecemasan, nostalgia, kekaguman, heran dan kegembiraan.

b. Struktur Pesan

Pengaruh pesan tergantung pada struktur dan juga isinya. Penyampaian pesan secara logis berkaitan dengan urutan

penyajian argumen pada iklan tersebut. Indikator yang digunakan:

1. Sisi Pesan

Sisi pesan terbagi dua, yaitu pesan satu sisi dan pesan dua sisi. Pesan satu sisi adalah komunikator menyampaikan gagasan pada satu dimensi saja, misalnya aspek baik atau keuntungannya saja yang dibicarakan tanpa memperhatikan kerugian yang akan diterima.

Sedangkan pesan dua sisi adalah komunikator menyampaikan gagasan yang akan dilaksanakan dengan melihat sisi keuntungan dan yang akan diraih dan sekaligus kerugian atau dampak yang ditimbulkan bila gagasan tersebut dilaksanakan secara proporsional.

2. Susunan Penyajian

Climax versus anti climax order berkaitan dengan teknik penyajian pesan yang bersifat satu sisi. Model *climax order* menunjuk pada cara penyusunan pesan, dimana argument terpenting/terkuat dari isi pesan ditempatkan pada bagian akhir. Jika argument tersebut ditempatkan pada bagian awal, disebut sebagai *anti climax order*, sementara jika ditempatkan di tengah-tengah disebut sebagai *pyramidal order*. *Recency and primacy* model berkaitan dengan penyajian pesan yang bersifat dua sisi. *Primacy* model menunjuk pada teknik penyajian atau penyusunan pesan dimana aspek-aspek positif kekuatan dari ide produk ditempatkan dibagian akhir disebut *recency* model.

3. Pernyataan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan atas isi penjelasan tentang suatu ide atau produk yang dikomunikasikan dapat dilakukan secara langsung dan jelas (*eksplisit*) dalam arti bahwa dapat juga dilakukan secara tidak langsung (*implisit*) dalam arti bahwa penarikan kesimpulan diserahkan kepada pihak khalayak sendiri.

Gaya Hidup Sehat

Gaya hidup sehat menurut Kotler (2002; 192) adalah deskripsi dari kegiatan/aktivitas yang didukung oleh minat, keinginan serta bagaimana pikiran menjalaninya dalam berinteraksi dengan lingkungan.

Gaya hidup sehat adalah sebagai aktivitas kegiatan konsumsi yang dinyatakan dalam berbagai bentuk, baik dari aktivitas, dari ketertarikan, dan dari pendapat yang mendukung hal-hal mengenai kesehatan bagi yang memiliki keseimbangan pola konsumsi, tidak mengkonsumsi makanan sintetis, menjadi tertarik untuk isu-isu kesehatan yang berhubungan dengan makanan, mengingat hubungan antara konsumsi makanan dan kesehatan, dan mengelola pola konsumsi yang sehat (Cahyarani, 2018: 10).

Gaya hidup konsumsi sehat dapat didefinisikan sebagai pengertian aktivitas, minat, dan opini yang berorientasi pada kesehatan untuk kesejahteraan hidup. Indikator gaya hidup sehat menurut Magistris dan Gracia (dalam Cahyarani, 2018: 18) terdapat beberapa indikator gaya hidup sehat:

- a. Aktivitas, yaitu kegiatan atau keaktifan dari segala sesuatu yang dilakukan atau kegiatan-kegiatan yang terjadi seperti senam dan olahraga.
- b. Minat dan opini yaitu keinginan dan pendapat dari setiap orang yang berasal dari pribadi mereka sendiri, keinginan untuk makan buah sayur.
- c. Menghindari makanan sintetis, yaitu menghindari makanan yang mengandung bahan yang tidak alami.
- d. Tertarik pada hal kesehatan makanan, yaitu tertarik pada hal yang memiliki pengaruhnya terhadap kesehatan.
- e. Hubungan konsumsi dan kesehatan, yaitu kesinambungan antara makanan yang dikonsumsi dengan kesehatan yang akan didapatkan.

- f. Mengelola pola konsumsi yang sehat, yaitu mengatur pola konsumsi makan yang sehat dan sesuai anjuran.

Program GERMAS

Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) adalah 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.

Aksi GERMAS ini juga diikuti dengan memasyarakatkan perilaku hidup bersih sehat dan dukungan untuk program infrastruktur dengan basis masyarakat. Secara umum, tujuan GERMAS adalah menjalani hidup yang lebih sehat. Gaya hidup sehat akan memberi banyak manfaat, mulai dari peningkatan kualitas kesehatan hingga peningkatan produktivitas seseorang. Hal penting lain yang tidak boleh dilupakan dari gaya hidup sehat adalah lingkungan yang bersih dan sehat serta berkurangnya resiko membuang lebih banyak uang untuk biaya berobat ketika sakit.

Isi Pesan kampanye GERMAS

Berikut ini pesan kampanye GERMAS yang dapat menjadi panduan menjalani gaya hidup yang lebih sehat.

- a. Lakukan aktivitas fisik 3-5 kali seminggu sekurang-kurangnya 30 menit/hari seperti senam, berjalan menuju ke tempat kerja.
- b. Ketahui resiko Diabetes jaga berat badan, ukur gula darah, ukur tekanan darah dan kolesterol, periksalah secara berkala ke tenaga kesehatan.
- c. Makan buah dan sayur 5 porsi/hari dan lakukan diet dengan gizi seimbang.
- d. Istirahat cukup dan tidur yang berkualitas
- e. Hindari asap rokok, tidak merokok di dekat ibu hamil, tidak mencoba merokok, tidak merokok.
- f. Tangani stress dengan baik.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan untuk judul "Pengaruh Pesan Kampanye Program GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) Puskesmas Harapan Raya Terhadap Gaya Hidup Sehat Masyarakat Kecamatan Bukit Raya" ini adalah riset kuantitatif, dimana data penelitian berupa angka-angka dan analisis berupa statistik. Analisis ini adalah analisis berupa data yang diperoleh dari responden yang telah dikumpulkan, kemudian dianalisis dan diolah menggunakan teori statistik sebagai alat pemecahan masalah yang dihadapi, sehingga metode ini akan memberikan kepastian dalam mengambil keputusan.

Adapun desain eksplanasi dimaksudkan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh dari variabel satu terhadap variabel lain. Jadi, penelitian eksplanasi memiliki kredibilitas untuk mengukur hubungan sebab akibat dari dua atau beberapa variabel.

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kecamatan Bukit Raya berjumlah 27,333 populasi.

Sampel adalah untuk mewakili seluruh populasi yang akan diteliti. Teknik sampling dalam penelitian ini *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Martono, 2014: 81). Dengan menggunakan rumus slovin yang mendapatkan hasil 100 orang responden. Oleh karena itu respondennya adalah 100 responden dari masyarakat Kecamatan Bukit Raya.

Teknik Pengukuran Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup dan

terbuka. Melalui Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrument yang berupa pertanyaan.

Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Skala likert mempunyai gradasi atau tingkatan jawaban dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata antara lain. Sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju (Asra. 2015. 137)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang penulis lakukan melalui penyebaran kuisisioner akan penulis uraikan dalam bab ini. adapun hasil yang penulis dapatkan yaitu pada halaman depan kuesioner terdapat beberapa pernyataan terkait data pribadi yang harus diisi oleh responden, yaitu: nama responden, jenis kelamin, usia, dan pekerjaan, digunakan untuk menjelaskan latar belakang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dan dianggap dapat mewakili dari keseluruhan jumlah populasi. Gambaran umum responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Berdasarkan data sebanyak 100 responden yang memberikan penilaiannya dalam penelitian ini, terlihat responden perempuan mendominasi dengan presentase 57% sementara itu presentase responden laki-laki dalam penelitian ini adalah 43%. Berdasarkan data identitas responden yang paling banyak yakni berumur 26-38 tahun (34 orang), sementara jumlah responden yang sangat sedikit (7 orang) memiliki umur 65-77 tahun. Kemudian, berdasarkan pekerjaan terdapat jumlah presentasi responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 25 orang. Didapatkan hasil penelitian ini memiliki signifikansi hasil penelitian ini memiliki signifikansi sebesar 0,00 itu artinya lebih

kecil dari $\alpha = 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dengan artian terdapat pengaruh pesan kampanye dalam mengkampanyekan GERMAS gaya hidup sehat masyarakat Kecamatan Bukit Raya.

Berdasarkan nilai R menunjukkan korelasi antara variabel independen dengan dependen yakni 0,770 dan dari uji determinasi diketahui nilai R^2 0,451 yang artinya bahwa pengaruh pesan kampanye GERMAS terhadap gaya hidup sehat sebesar 45,1% yang dikategorikan sedang. Apabila interval koefisien 40% - 59,99% adalah termasuk tingkat pengaruh sedang (Sugiyono, 2010 : 184). Sedangkan 54,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam regresi ini.

Untuk skor rata-rata setiap kategori pada variabel X yaitu pesan kampanye GERMAS. Dari dua indikator yang ada pada indikator tersebut seperti isi pesan, dan struktur pesan masing-masing indikator berada dalam kategori sangat berpengaruh. Indikator yang memiliki nilai skor rata-rata paling tinggi pada variabel ini adalah indikator struktur pesan dengan presentase total 3,22 yang termasuk kedalam kategori sangat berpengaruh. Indikator yang memiliki nilai skor rata-rata paling rendah pada variabel ini adalah indikator isi pesan sebesar 3,18 dengan kategori sangat berpengaruh.

Untuk skor rata-rata setiap kategori pada variabel Y yaitu gaya hidup sehat. Dari 6 indikator yang Indikator yang memiliki nilai skor rata-rata paling tinggi pada variabel ini adalah indikator tertarik pada hal kesehatan dengan presentase total 3,36 yang termasuk kedalam kategori sangat berpengaruh. Indikator yang memiliki nilai skor rata-rata paling rendah pada variabel ini adalah indikator hubungan konsumsi dan kesehatan sebesar 3,01 dengan kategori sangat berpengaruh.

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, pengaruh variabel bebas (pesan

kampanye GERMAS) terhadap variabel terikat gaya hidup sehat masyarakat Kecamatan Bukit Raya) sebesar 45,1% yang tergolong dalam tingkat pengaruh sedang.

Hal ini sesuai dengan teori S-R dimana teori ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non-verbal, gambar dan tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu. Oleh karena itu, proses ini juga dianggap sebagai pertukaran atau pemindahan informasi, proses ini dapat bersifat timbal balik dan mempunyai efek, setiap efek yang dapat mengubah tindakan komunikasi berikutnya (Mulyana, 2007: 143). Dimana spanduk yang dipajang di depan puskesmas harapan raya yang mengkampanyekan gaya hidup sehat sebagai stimulus yang menghasilkan sebuah respon berupa gaya hidup sehat masyarakat Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil analisis yang ditemukan pada penelitian pengaruh pesan kampanye program GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) Puskesmas Harapan Raya terhadap gaya hidup sehat masyarakat Kecamatan Bukit Raya dan merupakan hasil dari pengelolaan data regresi linear sederhana, menggunakan program SPSS 22 for windows, menunjukkan hasil sebagai berikut:

Nilai koefisien $Y = 8,072 + 0,770 X$. Bilangan konstanta (a) sebesar 8,072 dan koefisien variabel Pesan Kampanye Program GERMAS sebesar 0,770. Sementara itu t_{hitung} 8,981 lebih besar jika dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1,984 dengan tingkat signifikansi 0,00 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh, maka hipotesis untuk penelitian ini yaitu H_a terdapat pengaruh pesan kampanye program GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) Puskesmas Harapan Raya Terhadap Gaya Hidup Sehat

Masyarakat Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

Berdasarkan koefisien determinasi tersebut memperlihatkan bahwa nilai $R = 0,672$ dan koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar $0,451$. Angka tersebut menunjukkan pengertian bahwa sumbangan pengaruh variabel-variabel pesan kampanye program GERMAS mempengaruhi variabel gaya hidup sehat masyarakat Kecamatan Bukit Raya sebesar $45,1\%$. Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh pada kategori sedang.

Penelitian ini sesuai dengan asumsi teori S-R, hal ini sesuai dengan teori S-R dimana teori ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non-verbal, gambar dan tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu. Oleh karena itu, proses ini juga dianggap sebagai pertukaran atau pemindahan informasi, proses ini dapat bersifat timbal balik dan mempunyai efek, setiap efek yang dapat mengubah tindakan komunikasi berikutnya. Dimana spanduk yang dipajang di depan puskesmas harapan raya yang mengampanyekan gaya hidup sehat sebagai stimulus yang menghasilkan sebuah respon berupa gaya hidup sehat masyarakat Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru

Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Dengan diketahui bahwa terdapat pengaruh pesan kampanye dalam mengampanyekan GERMAS terhadap gaya hidup sehat sebesar $45,1\%$ yang termasuk kategori sedang, maka Puskesmas Harapan Raya diharapkan semoga dapat menjadi bahan evaluasi untuk bisa meningkatkan dengan memberikan komunikasi yang lebih efektif dan menarik

Diharapkan kepada pihak Puskesmas Harapan Raya mempertahankan kegiatan yang sudah ada dan menambah kegiatan yang dapat menunjang pesan kampanye GERMAS sehingga GERMAS mengubah gaya hidup masyarakat menjadi lebih sehat. Dengan adanya keberlanjutan GERMAS tersebut maka pola konsumsi masyarakat yang selalu menyukai makanan instan menjadi berkurang.

Kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat meneliti GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) kembali karena banyak hal yang harus didalami untuk di teliti pada GERMAS karena melihat keadaan gaya hidup modern saat ini, seperti meneliti mengenai efektifitas GERMAS dll.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aninditya, Flora. 2019. *Kajian Sektor Kesehatan Transisi Demografi Dan Epidemiologi: Permintaan Pelayanan Kesehatan Di Indonesia*. Jakarta: Direktorat Kesehatan Dan Gizi
- Anne, Gregory. 2004. *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. London: PT Gelora Aksara Pratama
- Bungin, Burhan. 2017. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat Cetakan ke-9*. Jakarta: PT Kharisma
- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Martono, Nanang. 2014. *Metode penelitian kuantitatif analisis isi dan analisis data sekunder Edisi revisi 2*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Rasyid, Anuar. 2011. *Komunikasi Penyuluhan*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau

Sangadji and Sopiah. 2010. *Metodologi penelitian pendekatan praktis dalam penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset

Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Jakarta: Alfabeta

Usman Husaini and Setiady purnomo. 2011. *Metodologi penelitian sosial*. Jakarta: PT bumi aksara

Yasir. 2009. *Pengantar ilmu Komunikasi*. Pekanbaru: Universitas Riau

Jurnal

Erisa, Ulandari. 2018. *Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Kota Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (Germas) Di Kota Pekanbaru*. JOM FISIP, 5(2): 2

Hasan, Basri. 2016. *Pengaruh Karakteristik Pesan Kampanye Kesehatan Terhadap Sikap Hidup Sehat Ibu Ibu Anggota Posyandudi Kota Bandar Lampung*. Jurnal Bisnis, 2(1): 103

Mulyadi, Muhammad. 2011. *Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya*. Bandung. Jurnal Studi Komunikasi Dan Media, 15(1):132

Lestari, Dina. 2019. *Pengaruh Pesan Kampanye #Genzhetikyuk! Terhadap Sikap Ramah Lingkungan Pengikut Akun Instagram @dutalingkunganpku*. JOM FISIP, 6(2):1

Khairunnisa. 2015. *Hubungan Gaya Hidup Dengan Prestasi Akademik Mahasiswa Keperawatan*

Universitas Riau, JOM Keperawatan, 2(2): 1186

Skripsi

Amalia, Nadya Nursya. 2019. *Pengaruh Pesan Kampanye “Against Animal Testing” Terhadap Persepsi Mahasiswi (Studi Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Umm Angkatan 2015*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang

Cahyarani, Inas. 2018. *Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Sikap Konsumen Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Pembelian Produk Makanan Organik*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta

Purwati, Tjitra 2015. *Pengaruh Pesan Kampanye Terhadap Sikap Pengendara (Survey Eksplanatif Program “Parkir Meter” Dinas Perhubungan Kota Bekasi di Jl. Grand Galaxy City)*. Bekasi: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi

Internet

[pekanbarukota.bps.go.id.](https://pekanbarukota.bps.go.id/) (2019, 26 September). Diakses pada 02 Februari 2020 dari

[https://pekanbarukota.bps.go.id/promkes.kemkes.go.id.](https://pekanbarukota.bps.go.id/promkes.kemkes.go.id/) (2017, 16 November). Diakses pada 25 Januari 2020 dari

<http://promkes.kemkes.go.id/promosi-kesehatan>