

Strategi Komunikasi Kampanye Puskesmas Kaliwungu Dalam Menyukseskan Program Poskestren (Pos Kesehatan Pesantren)

Maulidina Zahra Nabila¹, Hamid Arifin^{2*}

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

Abstract

Poskestren was established with the aim of establishing the independence of boarding schools in implementing Clean and Healthy Living Behavior (PHBS). This is motivated by the many negative stigmas regarding hygiene that is not maintained in the boarding school environment. Similar to the stigma of boarding schools in several regions in Indonesia, boarding schools in Kaliwungu are also known for being shabby, crowded, poorly maintained, and only eat what they can without paying attention to the nutrition contained in them. In fact, the sanitation condition is also alarming. Therefore, Kaliwungu Community Health Center as a government agency responsible for public health in Kaliwungu Sub-district took the initiative to establish Poskestren as a means of educating the boarding school residents and persuading them to implement PHBS, so that the negative stigma obtained by the boarding school regarding the cleanliness of its environment will gradually disappear and be replaced with a positive stigma that the boarding school is a clean, comfortable, and pleasant place to learn. This research analyzes the campaign communication strategy by using Arifin Anwar's communication strategy steps. The research used a qualitative approach and descriptive research type by conducting in-depth interviews and documentation studies obtained from sources and the internet. The results showed that Kaliwungu Health Center conducted a campaign communication strategy in the success of Poskestren. There are several stages of campaign communication strategy conducted by Kaliwungu Health Center in the success of Poskestren program, namely 1) Knowing the audience by understanding how the nature and behavior of the boarding school residents so that the chances of achieving communication success will be higher 2) Arranging the message in an educative and persuasive way to invite the boarding school to succeed Poskestren and be able to apply clean and healthy living behavior in daily life. 3) Applying methods by using repetition (redundancy), informative, educational, and persuasive methods, 4) Selection and use of media by providing counseling and using media in the form of pamphlets or posters as a visual companion.

Keywords:

Communication Campaign, Communication strategy, Kaliwungu Health Center, Poskestren

* Corresponding Author: Hamid Arifin, hamidarifin@staff.uns.ac.id

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan populasi lebih dari 270 juta jiwa. Hal ini yang kemudian menjadikannya negara dengan populasi terbesar keempat di dunia. Mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Kehadiran Islam di Indonesia sendiri telah ada sejak abad ke-7 melalui penyebaran agama oleh pedagang Arab yang singgah ke Nusantara. Ini membuat Indonesia menjadi negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Sebagai negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, Indonesia memiliki banyak pondok pesantren.

Pondok pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan di Indonesia yang berfokus pada pengajaran mengenai agama Islam secara mendalam. Hingga saat ini, pondok pesantren masih menjadi lembaga pendidikan yang memiliki eksistensi cukup tinggi. Banyak orang tua yang mengirim anak-anak mereka ke pondok pesantren untuk mendalami dan mendapatkan pendidikan Islam yang lebih baik. Sayangnya, seringkali pondok pesantren mendapatkan stigma negatif terkait dengan kesehatan santrinya. Hal ini terjadi karena kurangnya wawasan yang dimiliki oleh santri mengenai pentingnya menjaga kebersihan diri dan lingkungan. Banyak santri yang kurang peduli terhadap kebersihan lingkungan maupun dirinya sendiri. Seperti Beberapa santri bahkan tidak terbiasa untuk mencuci tangan sebelum makan maupun setelah buang air. Kondisi sanitasi di beberapa pesantren juga memprihatinkan. Akibatnya, pondok pesantren dikenal lingkungan yang kumuh.

Salah satu kabupaten/kota yang dijuluki sebagai kota santri adalah Kabupaten Kendal yang berlokasi di Jawa Tengah. Kabupaten ini dijuluki kota santri karena memiliki banyak pondok pesantren dan penduduk yang mayoritas masih menjunjung tinggi nilai-nilai agama. Berdasarkan data yang dimiliki oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Kendal (2020), presentase penduduk muslim di Kabupaten Kendal mencapai 99,27%. Selain itu, terdapat pula 149 pondok pesantren yang masih eksis dan beroperasi secara aktif di Kabupaten Kendal. Kaliwungu merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Kendal Wilayah Kecamatan Kaliwungu terbagi menjadi sembilan desa, yaitu Kutoharjo, Krajangkulon, Sarirejo, Kumpulrejo, Karangtengah, Wonorejo, Sumberejo, Mororejo dan Nolakerto. Menurut data yang dimiliki oleh BPS Kabupaten Kendal, Kecamatan Kaliwungu memiliki jumlah pondok pesantren terbanyak, yakni sebanyak 22. Adapun yang memiliki tanggung jawab terhadap kesehatan masyarakat di Kecamatan Kaliwungu adalah Puskesmas Kaliwungu. Oleh karena itu, kesehatan para santri yang berada di Kecamatan Kaliwungu yang notabene memiliki jumlah santri terbanyak di Kabupaten Kendal merupakan tanggung jawab dari Puskesmas Kaliwungu.

Berdasarkan observasi pada tahun 2018 yang dilakukan oleh Puskesmas Kaliwungu, menemukan bahwa terdapat empat lingkup masalah kesehatan yang sering dirasakan oleh santri, antara lain masalah kesehatan lingkungan, masalah gizi, masalah pola hidup bersih dan sehat, serta masalah sarana dan prasarana. Banyaknya isu terkait masalah kesehatan ini mengakibatkan banyak penyakit juga yang sering dirasakan oleh para santri. Adapun lima penyakit yang sering dikeluhkan oleh santri yang ada di Kecamatan Kaliwungu antara lain scabies, gastritis, diare, anemia, dan ISPA (Infeksi Saluran Pernapasan Akut).

Sebagai instansi yang memiliki tanggung jawab untuk memastikan kesehatan masyarakat yang ada di Kecamatan Kaliwungu, Puskesmas yang memiliki visi untuk menjadi puskesmas yang mampu memberikan pelayanan prima dalam mewujudkan masyarakat sehat ini perlu untuk memberikan edukasi kesehatan

kepada seluruh lapisan masyarakat yang ada di Kecamatan Kaliwungu, tak terkecuali para santri yang sedang menuntut ilmu di pondok pesantren. Oleh karena masalah tersebut, dibuatlah suatu wadah sebagai sarana pengedukasian Puskesmas Kaliwungu yang notabene merupakan instansi milik pemerintah kepada para santri dengan mendirikan Pos Kesehatan Pesantren (Poskestren). Poskestren ini akan memfasilitasi para santri agar dapat mengubah kebiasaan maupun pola hidup menjadi lebih baik, sehingga penyakit yang menjangkiti para santri akan semakin terminimalisasi.

Poskestren Kaliwungu diresmikan secara langsung pada Kamis, 5 April 2018 oleh Bupati Kendal saat itu, dr. Mirna Anissa. Keberjalanan program Poskestren tidak dapat berjalan secara baik apabila tidak di dukung dengan komunikasi yang efektif antara pihak Puskesmas Kaliwungu dengan seluruh pondok pesantren di Kecamatan Kaliwungu. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu strategi komunikasi agar pihak pondok pesantren mendukung jalannya Poskestren di Kaliwungu. Adapun pengertian strategi komunikasi menurut Effendy (2011) adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan, sehingga dapat dipahami secara mudah oleh komunikan dan dapat menerima apa yang telah disampaikan sehingga hal itu bisa mengubah perilaku ataupun sifat seseorang. Kemudian jika ditilik menurut pendapat Rogers dalam buku Hafied Cangara (2014) yang berjudul Perencanaan dan Strategi Komunikasi didefinisikan bahwa strategi komunikasi merupakan suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang besar melalui transfer ide-ide baru. Dalam buku yang sama, dikutip juga pendapat Middleton yang menyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan sebuah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, saluran (media) yang digunakan, komunikan, hingga pada efek (pengaruh) yang telah dirancang untuk mencapai sebuah tujuan komunikasi yang optimal.

Dari pengertian-pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi merupakan sebuah rancangan terbaik dari kombinasi elemen-elemen komunikasi untuk mengubah perilaku khalayak untuk mencapai sebuah tujuan komunikasi yang optimal. Dalam hal ini, Puskesmas Kaliwungu membutuhkan suatu strategi komunikasi pada program Poskestren agar banyak pondok pesantren di Kecamatan Kaliwungu yang bergabung untuk menyukseskan Poskestren.

Ada banyak teori yang berkaitan dengan strategi komunikasi, salah satunya adalah komunikasi kampanye. Komunikasi kampanye diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memberikan dampak kepada khalayak dalam jumlah yang relatif besar melalui serangkaian aktivitas komunikasi yang terorganisir pada kurun waktu tertentu. Pada teori ini, terdapat dua poin yang menjadi ciri khas strategi komunikasi, yakni memiliki tujuan yang jelas serta kegiatan komunikasi disusun atau direncanakan terlebih dahulu (Lestari, 2020). Biasanya, komunikasi kampanye dilakukan untuk meningkatkan suatu kesadaran atau pengetahuan khalayak terkait dengan beberapa isu atau pengetahuan baru. Adapun kampanye yang dilakukan bertujuan memengaruhi orang lain untuk mengadopsi beberapa kebiasaan yang menurut komunikator adalah kebiasaan atau sikap yang baik.

Selaras dengan program Poskestren yang ingin melakukan sebuah komunikasi dengan tujuan untuk memengaruhi komunikator, yang dalam hal ini seluruh khalayak yang ada di pondok pesantren untuk bergabung kepada Poskestren agar dapat mengadopsi kebiasaan Pola Hidup Bersih dan Sehat (PHBS), Puskesmas Kaliwungu juga memiliki peran sebagai layanan kesehatan yang

memberikan upaya promosi serta preventif untuk mewujudkan masyarakat yang sehat dan sejahtera. Harapannya, melalui strategi komunikasi kampanye yang dirancang oleh Puskesmas Kaliwungu ini, para santri bisa turut bergabung dalam Poskestren, sehingga dapat memperoleh banyak ilmu mengenai kesehatan serta dapat menerapkan kebiasaan-kebiasaan yang baik dan sehat agar lingkungan pesantren tidak lagi dilabeli sebagai lingkungan yang kumuh dan penyakit yang menjangkiti para santri dapat berkurang.

Saat ini, sebagai instansi pemerintah yang memiliki fungsi promosi dan preventif terhadap pengupayaan kesehatan masyarakatnya, Puskesmas Kaliwungu telah merancang dan menerapkan komunikasi kampanye sejak Poskestren didirikan. Sudah terdapat 12 dari 22 pondok pesantren yang ada di Kecamatan Kaliwungu yang bersedia untuk tergabung dalam Poskestren milik Puskesmas Kaliwungu, diantaranya adalah Pondok Pesantren Al-Uswah, Pondok Pesantren Nurul Mustofa, Pondok Pesantren Bahrul Ulum, Pondok Pesantren Nurul Amin, Pondok Pesantren Roudlotut Tholibin ASPIR, Pondok Pesantren Bani Umar, Pondok Pesantren Al-Fadlu, Pondok Pesantren Miftahul Huda, Pondok Pesantren Al-Aziziyah, Pondok Pesantren Al-Kaumani APIK, Pondok Pesantren Aris, dan Pondok Pesantren Manbaul Hikmah.

Dari latar belakang diatas, peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi kampanye dianggap penting untuk mencapai tujuan yang diinginkan dari sebuah kampanye, sehingga penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Kampanye Puskesmas Kaliwungu dalam Menyukkseskan Program Poskestren (Pos Kesehatan Pesantren)” perlu untuk diteliti. Adapun peneliti memilih Puskesmas Kaliwungu sebagai objek penelitian karena Puskesmas Kaliwungu termasuk dalam puskesmas yang dijadikan sebagai role model oleh banyak puskesmas di Kabupaten Kendal. Selain itu, strategi komunikasi yang dilakukan oleh Puskesmas Kaliwungu dapat dikatakan berhasil karena telah menggaet 50% dari jumlah pesantren yang ada di Kecamatan Kaliwungu. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi kampanye yang dilakukan oleh Puskesmas Kaliwungu dalam menyukkseskan Program Poskestren. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan ide baru dalam mengkampanyekan Poskestren di puskesmas-puskesmas lain yang ada di Indonesia.

Tinjauan Pustaka

Strategi Komunikasi

Dalam buku Strategi Komunikasi dan Perencanaan Komunikasi oleh Hafied Cangara, strategi komunikasi didefinisikan oleh Middleton sebagai kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima, hingga pengaruh (efek) yang direncanakan untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Cangara, 2017:64).

Sedangkan menurut Effendy, strategi komunikasi diartikan sebagai panduan dalam perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai tujuan tertentu. Tujuan itu dapat dicapai menggunakan suatu strategi komunikasi yang mempunyai operasional dan taktis. Adapun pendekatannya dapat berbeda-beda tergantung pada situasi dan kondisi yang ada (Effendy, 1981:84).

Arifin Anwar mengemukakan beberapa langkah agar komunikasi dapat dilakukan secara efektif (Anwar, 1994:59). Langkah-langkah strategi komunikasi yang dicanangkan oleh Arifin adalah sebagai berikut:

1) Mengetahui khalayak

Faktor utama yang paling dibutuhkan agar strategi komunikasi dapat berjalan secara efektif adalah memilih khalayak secara cermat. Oleh karena itu, memahami dan mengetahui masyarakat menjadi hal yang sangat krusial. Untuk memahami serta mengetahui segmentasi yang tepat, dapat dilakukan dengan memetakan bagaimana karakteristik khalayak agar peluang mencapai keberhasilan komunikasi menjadi semakin tinggi

2) Menyusun Pesan

Program yang disampaikan akan sangat memengaruhi kemasan dalam suatu pesan. Terdapat dua model ketika melakukan penyusunan pesan, pertama penyusunan pesan yang sifatnya informatif, kedua penyusunan pesan yang sifatnya persuasif. Jika program yang akan dilakukan bersifat komersial, maka pesan yang disampaikan sifatnya harus provokatif dan persuasif. Kemudian jika program yang dilakukan berbentuk penyuluhan untuk membangkitkan kesadaran suatu khalayak, maka pesan yang disampaikan hendaknya bersifat edukatif dan persuasif. Adapun jika program yang akan dilakukan sifatnya sekadar agar masyarakat mengetahui hal tersebut, maka pesan harus dikemas secara informatif.

3) Menetapkan Metode

Dalam menentukan metode penyampaian pesan, terdapat dua aspek yang perlu diperhatikan, yaitu cara pelaksanaannya dan bentuk isinya. Jika dari cara pelaksanaan, terdapat metode redundancy (pengulangan) dan canalizing (pemusatan). Sementara itu, jika dilihat dari segi bentuk isinya, terdapat metode informative (informatif), persuasive (persuasif), educative (edukatif), dan cursive (koersif). Berikut ini adalah penjelasan mengenai masing-masing metode:

a) Redundancy (pengulangan)

Redundancy adalah metode yang digunakan untuk memengaruhi audiens dengan mengulang pesan secara kontinu. Dengan mengulang pesan, akan dapat menarik perhatian dan memudahkan pesan untuk diingat kepada audiens. Melalui metode ini juga, komunikator memiliki kesempatan untuk memperbaiki kesalahan yang tidak disengaja dalam penyampaian pesan sebelumnya.

b) Canalizing

Pada metode ini, komunikator perlu untuk mengetahui khalayaknya terlebih dahulu. Setelah itu, barulah komunikator dapat menyampaikan pesan sesuai dengan kepribadian, sikap, dan motif khalayak.

c) Informative (informatif)

Informatif memiliki arti menyampaikan sesuatu berdasarkan fakta yang ada serta memiliki data yang valid. Komunikator memiliki hak untuk menilai, menimbang, dan mengambil keputusan atas dasar pemikiran yang sehat dari dirinya sendiri.

d) Persuasive (persuasif)

Pada metode ini, komunikator memengaruhi khalayak dengan cara membujuk. Khalayak yang menjadi target tidak diberi waktu untuk mengambil keputusan

secara bijak dan diberikan sugesti agar terpengaruh pada pilihan yang diinginkan oleh komunikator.

e) Educative (edukatif)

Metode edukatif sering disebut dengan metode mendidik. Hal ini karena pesan yang disampaikan memuat fakta, pendapat, serta pengalaman konkrit seseorang yang dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya. Mendidik disini juga bermakna memberikan sebuah pemahaman kepada khalayak secara sengaja dan terencana. Tujuan dari metode ini adalah untuk mengubah perilaku manusia ke arah yang diinginkan oleh komunikator.

f) Cursive (koersif)

Metode ini memengaruhi khalayak dengan memaksa khalayak untuk menerima gagasan atau ide dari komunikator. Pesan yang disampaikan juga berisi ancaman dan biasanya diimplementasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah yang bersifat mengintimidasi.

4) Seleksi dan Penggunaan Media

Untuk memilih media yang digunakan, pertimbangkan isi pesan, tujuan yang ingin disampaikan dari pesan tersebut, dan jenis media yang dimiliki khalayak. Penyebaran pesan kepada masyarakat secara umum akan lebih efektif jika dilakukan melalui media massa seperti televisi dan koran. Jika pesan hanya ditujukan untuk kelompok tertentu, maka dapat menggunakan saluran komunikasi kelompok. Adapun dalam keberjalanannya, dibutuhkan riset mengenai kepemilikan media agar tidak terjadi pemborosan biaya, waktu, maupun tenaga. (Anwar, 1994: 59-87).

Komunikasi Kampanye

Komunikasi kampanye merujuk pada sebuah kegiatan yang bertujuan memberikan dampak pada sejumlah khalayak melalui serangkaian aktivitas komunikasi yang terorganisasi dalam periode waktu tertentu. Terdapat dua poin yang menjadi karakteristik utama dari strategi komunikasi, yakni memiliki tujuan yang jelas, serta menyusun aktivitas komunikasi sebelum mengeksekusinya (Lestari, 2020:1).

Komunikasi kampanye dan komunikasi pemasaran memiliki beberapa kesamaan. Keduanya memiliki kemampuan dalam memengaruhi seseorang untuk melakukan sesuatu. Perbedaannya terletak pada tujuan dari komunikasi itu sendiri. Komunikasi pemasaran bertujuan untuk memengaruhi orang lain ketika membuat suatu keputusan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Sedangkan komunikasi kampanye memiliki kecenderungan untuk memengaruhi orang dalam sikap dan pola pikir yang diinginkan oleh komunikator. Secara umum, komunikasi kampanye dilakukan agar pengetahuan khalayak mengenai isu-isu tertentu maupun informasi baru semakin meningkat. Selain itu, kampanye yang dilakukan juga bertujuan untuk memengaruhi orang lain agar dapat meniru kebiasaan atau sikap yang dianggap baik oleh komunikator (Lestari, 2020:1).

Dalam penelitian ini, Puskesmas Kaliwungu membuat strategi komunikasi kampanye mengenai program bernama Poskestren sebagai sarana pengetahuan dan edukasi santri terkait dengan pentingnya Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS). Hal ini yang kemudian membuat teori komunikasi kampanye relevan dengan tujuan dari penelitian, yaitu menyukseskan program Poskestren milik Puskesmas Kaliwungu.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya pada konteks tertentu dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah yang diimplementasikan melalui kata-kata maupun bahasa (Moleong, 2016:6). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif karena mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta situasi tertentu, termasuk mengenai hubungan, kegiatan, sikap, pandangan, serta proses yang tengah berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena (Nazir, 2003:54-55).

Penelitian ini akan menggunakan wawancara mendalam (*in-depth interview*) serta studi dokumenter (*dokumentasi*). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai Teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada demi memperoleh kredibilitas dalam dalam penelitian. Triangulasi diterapkan bukan untuk mencari kebenaran mengenai beberapa fenomena, melainkan cenderung kepada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan (Hardani et al., 2020:154-156).

Peneliti akan menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber memiliki arti mendapatkan informasi dari sumber yang berbeda dengan teknik yang sama. Data dapat dikatakan valid jika informasi yang diberikan dari informan satu dengan informan lainnya konsisten atau selaras (Sugiyono, 2016:241).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis interaktif metode milik Matthew B Miles dan Michael Huberman. Data yang diperoleh dari penelitian disajikan apa adanya, kemudian dianalisis untuk memperoleh gambaran mengenai fakta yang ada di lapangan. Adapun tahapan analisis data dilaksanakan melalui tiga tahapan, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan dengan melakukan wawancara dan dokumentasi, peneliti menemukan data yang digunakan untuk melakukan analisis dari permasalahan yang sedang diteliti. Data diperoleh melalui wawancara dengan lima narasumber atau informan, yaitu Kepala Puskesmas Kaliwungu, staf Penanggung Jawab Pelayanan Kesehatan Peduli Remaja (PKPR) Puskesmas Kaliwungu, tenaga fungsional penyuluh kesehatan masyarakat Puskesmas Kaliwungu, pengurus pondok pesantren pondok pesantren ASPIR Kaliwungu, dan santri pondok pesantren ASPIR Kaliwungu. Peneliti juga memperoleh data melalui dokumen yang dimiliki oleh Puskesmas Kaliwungu.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Poskestren didirikan dengan tujuan untuk membentuk kemandirian pondok pesantren dalam menerapkan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS). Hal tersebut dilatarbelakangi oleh banyaknya stigma negatif mengenai kebersihan yang kurang terjaga di lingkungan pondok pesantren. Sama halnya terhadap stigma pondok pesantren di beberapa daerah di Indonesia, pondok pesantren di Kecamatan Kaliwungu juga terkenal kumuh, padat, kurang terawat, dan hanya makan seadanya tanpa memperhatikan gizi yang terkandung di dalamnya. Bahkan, kondisi sanitasi yang ada juga

memprihatinkan. Oleh karena itu, Puskesmas Kaliwungu sebagai instansi pemerintah yang bertanggung jawab terhadap kesehatan masyarakat di Kecamatan Kaliwungu berinisiatif untuk mendirikan Poskestren sebagai sarana pengedukasian terhadap warga pondok pesantren serta mempersuasi mereka agar dapat menerapkan PHBS, sehingga stigma negatif yang didapatkan pondok pesantren mengenai kebersihan lingkungannya akan berangsur hilang dan berganti dengan stigma positif bahwa pondok pesantren merupakan tempat belajar yang bersih, nyaman, dan menyenangkan.

Poskestren milik Puskesmas Kaliwungu didirikan pada 15 April 2018 dengan dihadiri oleh Bupati Kendal saat itu, dr. Mirna Anissa. Acara dihadiri juga oleh perwakilan dari Forum Komunikasi Pimpinan Kecamatan (Forkopimcam), Bintara Pembina Desa (Babinsa), Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Kendal, para kiai, hingga tokoh masyarakat. Keberadaan Poskestren ini memiliki urgensi agar dapat menumbuhkan perilaku hidup bersih dan sehat di kalangan pondok pesantren, serta tingkat derajat kesehatan di wilayah kerja Puskesmas Kaliwungu dapat meningkat.

Ada tiga hal yang diajarkan Puskesmas Kaliwungu kepada para santri melalui Poskestren. Pertama, mengajarkan bagaimana santri tersebut dapat mandiri dalam menerapkan pola hidup bersih dan sehat. Kemudian yang kedua adalah melakukan penyuluhan kesehatan, seperti perlunya gizi seimbang pada masa pertumbuhan, arti penting tablet penambah darah, bagaimana cara merawat kebersihan diri, dan lain-lain. Ketiga, Puskesmas Kaliwungu juga melakukan pengajaran sederhana terkait dengan pertolongan pertama pada santri, seperti bagaimana jika ada santri yang terjatuh, bagaimana cara mengatasi luka ringan, bagaimana cara melakukan tensi digital secara baik dan benar, dan lain sebagainya. Puskesmas Kaliwungu juga mengadakan pengobatan gratis, serta melatih beberapa santri untuk menjadi kader kesehatan di pondok pesantrennya masing-masing.

Adanya Poskestren ini mendatangkan banyak manfaat bagi para santri, seperti bertambahnya pengetahuan mereka terhadap kesehatan, kemudian untuk lembaga pondok pesantren yang memiliki latar belakang agamis, keberadaan Poskestren ini menjadi hal yang baik, mengingat dalam agama Islam disebutkan bahwa kebersihan merupakan hal yang penting untuk dijaga. Tak hanya para santri, pengurus pondok pesantren pun turut merasakan manfaat dari adanya Poskestren ini, seperti menjadi lebih tahu bagaimana menerapkan gizi seimbang dalam tubuh, arti penting tablet penambah darah bagi perempuan, serta dapat menjadi ajang pengobatan gratis bagi para santri yang menuntut ilmu di pondok pesantren yang tergabung dalam Poskestren

Dalam menyukseskan Poskestren, sangat diperlukan adanya sebuah strategi komunikasi. Tanpa adanya komunikasi yang baik, pondok pesantren akan menutup diri, tidak mau mengikuti edukasi, saran, atau hal-hal lain tentang kesehatan yang ingin diterapkan oleh Puskesmas Kaliwungu. Karena strategi komunikasi dianggap sangat penting, maka dalam keberjalanannya, Puskesmas Kaliwungu perlu untuk merumuskan strategi komunikasi yang tepat untuk mengajak warga pondok pesantren mau tergabung dalam Poskestren serta menerapkan perilaku PHBS agar derajat kesehatan di Puskesmas Kaliwungu meningkat. Komunikasi kampanye merupakan jenis komunikasi yang diterapkan dalam keberjalanan strategi komunikasi yang digunakan oleh Puskesmas Kaliwungu. Strategi komunikasi kampanye dianggap sebagai komunikasi yang paling tepat untuk digunakan

Puskesmas Kaliwungu saat ini agar khalayak yang dalam hal ini adalah pondok pesantren dapat mempunyai pengetahuan mengenai perilaku hidup bersih dan sehat serta menerapkan pengetahuan tersebut di lingkungan mereka.

Proses strategi komunikasi kampanye Puskesmas Kaliwungu dalam menyukseskan Poskestren dirumuskan menggunakan langkah-langkah strategi komunikasi milik Arifin Anwar yang terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

1. Mengenal Khalayak

Puskesmas Kaliwungu melakukan pengenalan khalayak agar strategi komunikasi dapat berjalan secara efektif sesuai dengan keadaan khalayak yang dituju. Cara yang dilakukan untuk mengenali khalayaknya adalah dengan melakukan pemahaman mengenai bagaimana sifat dan perilaku khalayak agar peluang mencapai keberhasilan komunikasi akan menjadi semakin tinggi. Dengan target khalayak santri yang notabene masih dikategorikan sebagai usia pelajar, maka perlu untuk memahami bagaimana karakter usia remaja yang baik dan benar serta melakukan observasi terhadap lingkungan yang menaungi khalayak tersebut. Hal ini sesuai dengan bagaimana cara mengenal khalayak menurut Arifin Anwar (1994) yang menjelaskan bahwa aktor utama yang paling dibutuhkan agar strategi komunikasi dapat berjalan secara efektif adalah memilih khalayak secara cermat. Oleh karena itu, memahami dan mengenal masyarakat menjadi hal yang sangat krusial. Untuk memahami serta mengetahui segmentasi yang tepat, dapat dilakukan dengan memetakan bagaimana karakteristik khalayak agar peluang mencapai keberhasilan komunikasi menjadi semakin tinggi.

Setelah mengetahui bagaimana sifat dan karakteristik santri, Puskesmas Kaliwungu kemudian merancang bagaimana isi pesan yang akan disampaikan agar dapat merubah pola atau perilaku sesuai dengan yang diinginkan dengan tujuan agar pondok pesantren, khususnya para santri dapat menyukseskan Poskestren serta menerapkan pola hidup bersih dan sehat sesuai arahan dari Puskesmas Kaliwungu. Dalam hal mengenali khalayak, Puskesmas Kaliwungu sudah mengenali khalayaknya dengan baik.

2. Menyusun Pesan

Tujuan dilakukannya komunikasi kampanye oleh Puskesmas Kaliwungu adalah untuk mengajak warga pondok pesantren, khususnya para santri agar mau mengikuti kegiatan Poskestren secara berkala, sehingga mereka mandiri menerapkan perilaku hidup bersih dan sehat. Jika hal tersebut dapat diwujudkan, maka derajat kesehatan di Kecamatan Kaliwungu akan naik. Pesan memiliki peran yang krusial dalam mencapai tujuan dari strategi komunikasi kampanye yang dibuat. Puskesmas Kaliwungu sebagai komunikator harus memastikan bahwa khalayak yang dituju dapat mengerti dan paham terhadap pesan yang disampaikan kepada mereka. Oleh karena itu, dibutuhkan penyusunan pesan yang tepat sesuai dengan karakter khalayaknya.

Dalam kegiatan Poskestren, pesan yang disusun oleh Puskesmas Kaliwungu adalah pesan yang untuk dibicarakan secara lisan secara langsung melalui penyuluhan. Puskesmas Kaliwungu membuat pesan secara edukatif dan persuasif untuk mengajak pondok pesantren menyukseskan Poskestren serta dapat menerapkan perilaku hidup bersih dan sehat dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini selaras dengan penyusunan pesan yang dicanangkan oleh Arifin Anwar (1994) bahwa jika program yang dilakukan berbentuk penyuluhan untuk membangkitkan

kesadaran suatu khalayak, maka pesan yang disampaikan hendaknya bersifat edukatif dan persuasif.

Dalam melakukan penyusunan pesan, Puskesmas Kaliwungu juga perlu untuk mengetahui seperti apa karakteristik dari khalayak yang dimiliki. Untuk menyukseskan Poskestren, Puskesmas Kaliwungu harus mengetahui bagaimana karakter santri yang notabene masih berusia pelajar. Komunikasi yang dibangun disusun menyesuaikan dengan gaya bahasa yang sering digunakan oleh para pelajar dengan diselengi ice breaking supaya para santri yang hadir dalam kegiatan Poskestren tidak merasa bosan.

3. Menetapkan Metode

Ada dua aspek yang perlu untuk diperhatikan ketika menentukan metode penyampaian pesan menurut Arifin Anwar (1994), yakni terkait dengan bentuk isinya dan bagaimana cara pelaksanaannya. Apabila ditinjau dari bentuk isinya, terdapat metode informatif, persuasif, edukatif, serta koersif. Sementara jika ditinjau dari cara pelaksanaannya, terdapat metode pengulangan (redundancy) dan pemusatan (canalizing). Dalam pengimplementasian dari cara pelaksanaan, Puskesmas Kaliwungu menggunakan metode pengulangan. Metode pengulangan digunakan agar khalayak yang dituju mengingat pesan yang disampaikan. Sementara itu, jika ditinjau dari bentuk isinya, Puskesmas Kaliwungu mengimplementasikannya dengan menggunakan metode informatif, edukatif, dan persuasif. Metode ini diterapkan sesuai dengan karakteristik khalayak yang dituju. Penerapan metode pengulangan dilakukan agar pesan lebih diingat, mudah dipahami, dan diterima dengan baik. Kemudian metode informatif digunakan untuk memberi informasi seputar kesehatan dan kebersihan yang perlu untuk diterapkan oleh santri. Metode edukatif dilakukan agar santri dapat mengetahui manfaat dan tujuan dari perilaku hidup bersih dan sehat. Metode persuasif juga diterapkan agar santri dapat terbujuk dan pada akhirnya mau mengubah perilakunya seperti yang diinginkan oleh Puskesmas Kaliwungu.

4. Seleksi dan Penggunaan Media

Ketika melakukan sebuah komunikasi, komunikator perlu untuk menyeleksi serta memilih media manakah yang tepat sesuai dengan karakteristik komunikan. Media merupakan alat pengantar untuk menyampaikan pesan agar sampai kepada komunikannya. Dengan menyeleksi dan memilih media yang tepat, maka akan menentukan juga efektif atau tidaknya proses penyampaian pesan yang terjadi.

Puskesmas Kaliwungu sebagai komunikator tentu harus menyesuaikan media apa yang dimiliki oleh warga pondok pesantren, khususnya para santri. Karena keterbatasan fasilitas yang ada di pondok pesantren, serta adanya larangan untuk membawa handphone bagi para santri, maka penggunaan media sosial menjadi tidak relevan. Oleh karena itu, Puskesmas Kaliwungu memutuskan untuk menyampaikan pesan kepada para santri secara langsung dengan mendatangi pesantren yang tergabung dalam Poskestren satu per satu dan memberikan penyuluhan. Tindakan yang dilakukan oleh Puskesmas Kaliwungu sejalan dengan definisi seleksi dan penggunaan media oleh Arifin Anwar (1994) bahwa ketika memilih media yang digunakan, perlu untuk mempertimbangkan isi pesan, tujuan yang ingin disampaikan dari pesan tersebut, dan jenis media yang dimiliki khalayak.

Selain melakukan komunikasi secara langsung yang dikemas melalui penyuluhan, Puskesmas Kaliwungu juga memakai media berupa pamflet atau poster sebagai pendamping visual saat menyampaikan komunikasi kampanye kepada para

santri melalui penyuluhan. Penggunaan poster ini dimaksudkan untuk memberi pengetahuan secara visual kepada para santri agar mereka lebih paham terhadap penjelasan yang disampaikan oleh Puskesmas Kaliwungu.

Dalam keberjalanan Poskestren, Puskesmas Kaliwungu memiliki beberapa indikator yang menyertai untuk meninjau apakah pengimplementasian PHBS di pondok pesantren benar-benar dilakukan setelah diadakannya kegiatan penyuluhan. Indikator utama yang ditinjau adalah terciptanya kemandirian pondok pesantren dalam menerapkan perilaku hidup bersih dan sehat. Sementara untuk proses pengevaluasian program, Puskesmas Kaliwungu selalu melakukan pengevaluasian setiap bulannya melalui pelaporan secara berkala. Adapun untuk meninjau apakah materi yang disampaikan berhasil atau tidak, serta rencana tindak lanjut yang akan dilakukan selanjutnya dilakukan melalui evaluasi monitoring setiap 6 bulan.

Kesimpulan

- 1) Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, peneliti dapat menarik kesimpulan terkait dengan strategi komunikasi kampanye yang dilakukan oleh Puskesmas Kaliwungu dalam menyukseskan Poskestren. Proses strategi komunikasi kampanye dirumuskan berdasarkan langkah-langkah strategi komunikasi yang terdiri dari beberapa tahapan, yaitu mengenal khalayak, Menyusun pesan, menerapkan metode, serta seleksi dan penggunaan media.
- 2) Puskesmas Kaliwungu melakukan pengenalan khalayak dengan melakukan pemahaman mengenai bagaimana sifat dan perilaku khalayak agar peluang mencapai keberhasilan komunikasi akan menjadi semakin tinggi. Dalam hal mengenali khalayak, Puskesmas Kaliwungu sudah mengenali khalayaknya dengan baik. Kemudian kegiatan Poskestren, Puskesmas Kaliwungu membuat pesan secara edukatif dan persuasif untuk mengajak pondok pesantren menyukseskan Poskestren serta dapat menerapkan perilaku hidup bersih dan sehat dalam kehidupan sehari-hari. Puskesmas Kaliwungu juga menyusun pesan dengan menyesuaikan gaya bahasa yang sering digunakan oleh para santri.
- 3) Dalam pengimplementasian dari cara pelaksanaan, Puskesmas Kaliwungu menggunakan metode pengulangan (redundancy) agar khalayak yang dituju mengingat pesan yang disampaikan. Sementara itu, jika ditinjau dari bentuk isinya, Puskesmas Kaliwungu mengimplementasikannya dengan menggunakan metode informatif, edukatif, dan persuasif. Dalam menyeleksi dan memilih penggunaan media yang tepat, Puskesmas Kaliwungu memutuskan untuk menyampaikan pesan kepada para santri secara langsung dengan mendatangi pesantren yang tergabung dalam Poskestren satu per satu dan memberikan penyuluhan. Puskesmas Kaliwungu juga memakai media berupa pamflet atau poster sebagai pendamping visual saat menyampaikan komunikasi kampanye kepada para santri melalui penyuluhan agar santri lebih paham terhadap penjelasan yang disampaikan oleh Puskesmas Kaliwungu.
- 4) Dalam keberjalanan Poskestren, Puskesmas Kaliwungu selalu melakukan pengevaluasian setiap bulannya melalui pelaporan secara berkala. Adapun untuk meninjau apakah materi yang disampaikan berhasil atau tidak, serta rencana

tindak lanjut yang akan dilakukan selanjutnya dilakukan melalui evaluasi monitoring setiap 6 bulan sekali.

Daftar Pustaka

- Anwar, A. (1994). *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armico.
- Cangara, H. (2002). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. (2014). *Strategi dan Perencanaan Komunikasi (Edisi Revisi)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendy, O. (1981). *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung: Alumnus.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utamu, E. F., Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Kendalkab.bps.go.id. (2020). *Jumlah Pondok Pesantren, Pengajar, Santri 2018- 2020*. Retrieved from Badan Pusat Statistik Kabupaten Kendal: <https://kendalkab.bps.go.id/indicator/108/379/1/jumlah-pondok-pesantren-pengajar-santri.html>
- Lestari, M. (2020). *Strategi Komunikasi, Teori, dan Langkah-langkahnya*. Retrieved from tambahpinter.com: <https://tambahpinter.com/strategi-komunikasi/>
- Liputan6.com. (2022). *13 Wilayah Berjudul Kota Santri di Jawa Barat, Jawa Tengah dan Jawa Timur*. Retrieved from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/islami/read/5150837/13-wilayah-berjudul-kota-santri-di-jawa-barat-jawa-tengah-dan-jawa-timur>
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.