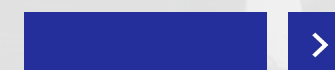




SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN
NOTOKUSUMO
YOGYAKARTA

MODEL DALAM PROMOSI KESEHATAN



www.stikes-notokusumo.ac.id



Jl. Bener No. 26 Tegalrejo Yogyakarta

NOTOKUSUMO



"Hari ini adalah benih, esok adalah panen. Tanamlah yang terbaik, karena masa depan sedang menunggu."

OUTLINE:

1. *Precede/Proceed Model*
2. *Social Learning Theory*
3. *Communication/ Persuasion Model*



Precede/Proceed Model

Precede/Proceed Model

Precede/Proceed Model adalah kerangka kerja perencanaan dalam promosi kesehatan yang digunakan untuk mengembangkan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi program kesehatan masyarakat. Model ini terdiri dari dua fase utama:



a. Fase PRECEDE

(Predisposing, Reinforcing, and Enabling Constructs in Educational Diagnosis and Evaluation)

Analisis Sosial – Mengidentifikasi masalah kesehatan dalam masyarakat.

Analisis Epidemiologi – Menentukan faktor-faktor kesehatan utama berdasarkan data statistik.

Analisis Perilaku dan Gaya Hidup – Mengidentifikasi perilaku yang berkontribusi terhadap masalah kesehatan.

Analisis Lingkungan – Memahami faktor lingkungan yang berpengaruh terhadap kesehatan.

Analisis Edukasi dan Organisasi – Menentukan faktor predisposisi, pemungkin, dan penguat yang memengaruhi perubahan perilaku.

Precede/Proceed Model



b. Fase PROCEED

(Policy, Regulatory, and Organizational Constructs in Educational and Environmental Development)

Implementasi – Melaksanakan intervensi yang dirancang.

Evaluasi Proses – Memeriksa apakah program berjalan sesuai rencana.

Evaluasi Dampak – Mengukur perubahan perilaku akibat program.

Evaluasi Hasil – Menilai efek jangka panjang terhadap kesehatan masyarakat.

Contoh Penerapan: Precede/Proceed Model



🎯 Masalah Kesehatan yang Diangkat:

Tingginya angka **obesitas pada remaja** akibat kurangnya aktivitas fisik.

📌 Fase PRECEDE (Diagnosis & Perencanaan)

1. Social Assessment (Penilaian Sosial)

- Melibatkan masyarakat sekolah dan keluarga untuk mengidentifikasi masalah sosial.
- Hasil: Remaja kurang aktif karena lebih banyak bermain gadget; kekhawatiran orang tua tentang dampak kesehatan.

2. Epidemiological Assessment (Penilaian Epidemiologi)

- Data menunjukkan prevalensi obesitas remaja meningkat 20% dalam 5 tahun terakhir.
- Faktor risiko: Kurang olahraga, pola makan buruk.



3. Behavioral & Environmental Assessment (Perilaku & Lingkungan)

- Perilaku: Minimnya aktivitas fisik, kebiasaan ngemil makanan tinggi kalori.
- Lingkungan: Kurangnya sarana olahraga di sekolah, tidak ada kegiatan ekstrakurikuler aktif.

4. Educational & Ecological Assessment

- Predisposing Factors:** Kurangnya pengetahuan remaja tentang manfaat olahraga.
- Enabling Factors:** Tidak tersedia program olahraga terstruktur.
- Reinforcing Factors:** Tidak ada dukungan dari guru/teman sebaya.

5. Administrative & Policy Assessment

- Sekolah bersedia mendukung program.
- Kebijakan belum ada, tapi bisa dirancang bersama komite sekolah.

Fase PROCEED (Implementasi & Evaluasi)

6. Implementation (Pelaksanaan Program)

- Program “1 Jam Gerak” setiap hari setelah jam pelajaran.
- Pelatihan guru olahraga & pembentukan duta remaja aktif.
- Edukasi melalui media sosial & poster di sekolah.

7. Process Evaluation

- Memantau kehadiran siswa dalam program.
- Evaluasi pelaksanaan pelatihan guru & efektivitas media kampanye.

8. Impact Evaluation

- Peningkatan pengetahuan siswa tentang manfaat olahraga.
- Peningkatan frekuensi aktivitas fisik mingguan.

9. Outcome Evaluation

- Penurunan proporsi siswa dengan indeks massa tubuh (IMT) berlebih setelah 6 bulan.
- Peningkatan kualitas hidup & kebugaran siswa.



KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA

Dinas Kesehatan Kota Yogyakarta

GERMAS Gerakan Masyarakat Hidup Sehat

76TH

7 TIPS BERHENTI MEROKOK

- **Berhenti Merokok Seketika (Total)**
- **Kenali waktu & situasi dimana Anda paling sering merokok**
- **Tunda waktu merokok Anda**
- **Berolahraga secara teratur**
- **Mintalah dukungan keluarga & kerabat**
- **Konsultasikan dengan Dokter**

**Bila Anda ingin berhenti merokok,
Hubungi Quitline.INA 0800-177-6565, Puskesmas & Klinik Berhenti Merokok Rumah Sakit**

www.p2ptm.kemkes.go.id  @p2ptmkemenkesRI  @p2ptmkemenkesRI  @p2ptmkemenkesRI



Social Learning Theory

Social Learning Theory



Teori ini dikembangkan oleh Albert Bandura dan menyatakan bahwa manusia belajar melalui observasi, imitasi, dan pemodelan.

Dalam promosi kesehatan, teori ini digunakan untuk mempengaruhi perubahan perilaku melalui:

- ☐ **Observational Learning (Pembelajaran Observasional)** – Individu belajar dengan mengamati perilaku orang lain.
- ☐ **Self-Efficacy (Efikasi Diri)** – Keyakinan individu bahwa mereka mampu melakukan perilaku sehat.
- ☐ **Reinforcement (Penguatan)** – Penguatan positif atau negatif yang memengaruhi keputusan individu dalam berperilaku sehat.
- ☐ **Modeling (Pemodelan)** – Menyediakan contoh nyata dari individu atau kelompok yang berhasil menerapkan perilaku sehat.

Social Learning Theory



Penerapan dalam Promosi Kesehatan

- ☐ Kampanye anti-merokok dengan menampilkan kisah sukses mantan perokok.
- ☐ Program pencegahan obesitas dengan menunjukkan individu yang berhasil menjalani gaya hidup sehat.
- ☐ Menggunakan media sosial untuk menyebarkan contoh perilaku sehat yang dapat ditiru masyarakat.

Contoh Penerapan: Social Learning Theory



🎯 **Topik:**

Kampanye "Remaja Tanpa Rokok" di Sekolah Menengah Atas

🧠 **Dasar Teori: Social Learning Theory (Albert Bandura)**

SLT menekankan bahwa **perilaku dipelajari melalui observasi, peniruan, dan modeling**, terutama jika perilaku tersebut diperkuat secara positif.

Komponen Social Learning Theory & Penerapannya:

1. Attention (Perhatian)

Individu memperhatikan model perilaku yang menarik atau relevan.

Penerapan:

- Mengundang figur publik (influencer muda, atlet, atau alumni sukses) untuk menjadi role model anti-rokok.
- Kampanye visual menarik di sekolah: poster, video pendek, TikTok edukatif.



2. Retention (Menghafal / Mengingat)

Informasi tentang perilaku harus disimpan dalam ingatan agar dapat ditiru.

Penerapan:

- Sesi diskusi interaktif & kuis seputar bahaya merokok.
- Penyampaian cerita nyata dari mantan perokok (sharing session) agar siswa mudah mengingat dampak negatifnya.

3. Reproduction (Reproduksi / Peniruan)

Seseorang harus mampu meniru perilaku yang diamati.

Penerapan:

- Simulasi “cara menolak ajakan merokok” dengan roleplay di kelas.
- Latihan keterampilan sosial untuk menghadapi tekanan teman sebaya.

4. Motivation (Motivasi)

Ada insentif atau penguatan agar perilaku baru dipertahankan.

Penerapan:

- Reward untuk “Kelas Bebas Rokok” seperti sertifikat atau kegiatan outing.
- Dukungan teman sebaya dan guru sebagai penguat positif.

5. Self-efficacy (Efikasi Diri)

Keyakinan bahwa seseorang mampu melakukan perilaku tersebut.

Penerapan:

- Memberi pujian dan umpan balik positif ketika siswa berhasil menolak rokok.
- Membuat jurnal keberhasilan pribadi selama program.

Hasil yang Diharapkan:

- Peningkatan pengetahuan siswa tentang bahaya rokok.
- Peningkatan kepercayaan diri dalam menolak rokok.
- Penurunan jumlah siswa yang mencoba atau aktif merokok.







BULAN BERHENTI MEROKOK





Aliran Darah
Tepi Membaik



Kadar Oksigen Dalam
Darah Kembali Normal

MAHASISWA

Communication/ Persuasion Model

Communication/ Persuasion Model



Model ini menjelaskan bagaimana pesan kesehatan dapat dirancang agar efektif dalam mempengaruhi individu atau kelompok. Komponen utama dalam model ini meliputi:

- 1.Sumber (Source)** – Kepercayaan, kredibilitas, dan daya tarik sumber informasi memengaruhi efektivitas pesan.
- 2.Pesan (Message)** – Isi pesan harus jelas, relevan, dan meyakinkan.
- 3.Saluran (Channel)** – Media yang digunakan bisa berupa televisi, internet, media sosial, atau komunikasi langsung.
- 4.Penerima (Receiver)** – Karakteristik individu atau kelompok yang menerima pesan, seperti usia, tingkat pendidikan, dan latar belakang budaya.

Communication/ Persuasion Model



5. Umpan Balik (Feedback) – Evaluasi respons audiens terhadap pesan yang disampaikan.

Strategi dalam Model Persuasi

- **Pendekatan Rasional** – Menggunakan data dan fakta ilmiah untuk meyakinkan audiens.
- **Pendekatan Emosional** – Menggunakan cerita inspiratif atau visual yang menggugah perasaan.
- **Pendekatan Sosial** – Mengajak tokoh masyarakat atau influencer sebagai agen perubahan perilaku.

Contoh Penerapan: Communication/ Persuasion Model



🎯 Topik:

Kampanye Gizi Seimbang untuk Mencegah Anemia pada Remaja Putri

1. Source (Sumber Pesan)

Harus kredibel, menarik, dan relevan bagi audiens.

Penerapan:

- Pesan disampaikan oleh **dokter muda perempuan** atau **influencer kesehatan remaja**.
- Dilengkapi testimoni dari **siswi yang berhasil memperbaiki status gizinya**.

2. Message (Isi Pesan)

Harus jelas, ringkas, emosional dan rasional.

Penerapan:

- Pesan utama: “Kamu bisa jadi lebih fokus belajar, aktif, dan glowing tanpa anemia!”
- Infografis berisi: pentingnya zat besi, makanan bergizi, serta bahaya anemia.
- Disampaikan dengan gaya bahasa santai, visual cerah, dan slogan catchy:
“*Makan Seimbang, Hidup Terbilang!*”

Contoh Penerapan: Communication/ Persuasion Model



3. Channel (Saluran Komunikasi)

Saluran harus menjangkau audiens secara efektif.

Penerapan:

- Online:** Instagram, TikTok, dan WhatsApp grup sekolah.
- Offline:** Poster di sekolah, seminar, pojok gizi di UKS, dan penyuluhan langsung.

4. Receiver (Penerima Pesan)

Perlu memahami karakteristik target audiens.

Penerapan:

- Target: Remaja putri usia 13–17 tahun.
- Pendekatan disesuaikan dengan gaya bahasa dan minat mereka (misalnya konten berbentuk reels/short video).

Contoh Penerapan: Communication/ Persuasion Model



5. Destination / Outcome (Efek yang Diharapkan)

Perubahan bisa bersifat bertahap: perhatian → pemahaman → sikap → perilaku.

Penerapan:

- Awal: Remaja mulai tertarik dan paham pentingnya gizi seimbang.
- Tengah: Mulai mengonsumsi makanan bergizi (sayur, buah, protein).
- Akhir: Menjadikan pola makan sehat sebagai kebiasaan.

Contoh Hasil Kampanye yang Dicapai:

- 70% remaja putri mengikuti challenge “Menu Sehatku” di media sosial.
- 50% peserta rutin mengonsumsi tablet tambah darah yang disediakan sekolah.
- Terjadi peningkatan kadar hemoglobin rata-rata setelah 3 bulan intervensi.

Contoh Penerapan: Communication/ Persuasion Model



มหาวิทยาลัย



"Keberhasilan bukan hasil dari coba-coba, tapi dari perencanaan cerdas, ilmu yang matang, dan langkah yang terarah."



"Tujuan besar tak akan tercapai dengan langkah sembarangan. Dibutuhkan strategi yang tepat dan ilmu yang kuat agar setiap langkah menjadi pasti dan bermakna."



ආචාර්ය ආචාර්ය

MATUR NUWUN