

**BUKU AJAR
PENGEMBANGAN
MEDIA
PROMOSI
KESEHATAN**

Penerbit K-Media
Bantul, Yogyakarta
kmediacorp
kmedia.cv@gmail.com
www.kmedia.co.id



**BUKU AJAR
PENGEMBANGAN MEDIA
PROMOSI KESEHATAN**

Septian Emma Dwi Jatmika, M.Kes., dkk.



**BUKU AJAR
PENGEMBANGAN
MEDIA
PROMOSI
KESEHATAN**

TIM PENYUSUN

Septian Emma Dwi Jatmika, M.Kes.
Muhsin Maulana, S.KM., M.PH.
Prof. Kuntoro, dr.M.PH., Dr.PH.
Dr. Santi Martini, dr., M.Kes.

Editor : Eryyami Khuzzaimah, S.KM.



BUKU AJAR
PENGEMBANGAN MEDIA
PROMOSI KESEHATAN

TIM PENYUSUN

Septian Emma Dwi Jatmika, M.Kes.

Muchsin Maulana, S.KM.,M.PH.

Prof. Kuntoro, dr.M.PH., Dr.PH.

Dr. Santi Martini, dr., M.Kes.

Editor : Eriyani Khuzaimah, S.KM.



Penerbit K-Media
Yogyakarta, 2019

BUKU AJAR PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI KESEHATAN

x + 270 hlm.; 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-602-451-592-8

Penulis : Septian Emma Dwi Jatmika... [et al.]

Editor : Eriyani Khuzaimah, S.KM.

Tata Letak : Nur Huda A

Desain Sampul : Nur Huda A

Cetakan : November 2019

Copyright © 2019 by Penerbit K-Media
All rights reserved

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang No 19 Tahun 2002.

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektrik maupun mekanis, termasuk memfotocopy, merekam atau dengan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penulis dan Penerbit.

Isi di luar tanggung jawab percetakan

Penerbit K-Media
Anggota IKAPI No.106/DIY/2018
Banguntapan, Bantul, Yogyakarta.
e-mail: kmedia.cv@gmail.com

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Buku Ajar ini dengan judul: Buku Ajar Pengembangan Media Promosi Kesehatan. Buku ini ditulis karena masih minimnya ketersediaan buku yang membahas tentang pengembangan media promosi kesehatan untuk proses pembelajaran baik di perkuliahan maupun di pasaran.

Sasaran utama pengguna Buku Ajar Pengembangan Media Promosi Kesehatan adalah mahasiswa S1 Ilmu Kesehatan Masyarakat. Kompetensi yang diharapkan oleh penulis setelah mahasiswa mempelajari buku ajar ini adalah memahami model penelitian dan pengembangan, macam media promosi kesehatan dan langkah pengembangan media promosi kesehatan.

Buku ajar berisi materi dan informasi mengenai pengantar teknologi promosi kesehatan, konsep rencana pengembangan media promosi kesehatan, konsep tahapan penelitian untuk menyusun rencana pengembangan media promosi kesehatan, tahapan pengembangan media promosi kesehatan, macam media cetak sebagai media promosi kesehatan, macam promosi kesehatan berbasis kearifan lokal, media audio visual sebagai media promosi kesehatan, media elektronik sebagai media promosi kesehatan, media social sebagai media promosi kesehatan, pengembangan media promosi kesehatan dan media promosi kesehatan secara massa.

Buku sederhana ini merupakan sedikit sumbangan pemikiran untuk membuka wawasan pengguna yang erat berkaitan dengan pengembangan media promosi kesehatan. Kehadiran buku ini diharapkan akan memberikan sumbangan signifikan dalam upaya

peningkatan kualitas pembelajaran di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. Dengan adanya buku ini, diharapkan mahasiswa akan lebih mudah dalam mengikuti perkuliahan Teknologi Promosi Kesehatan dengan lebih mudah dan fokus.

Dalam kesempatan ini, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia yang telah memberikan kesempatan kepada penulis meraih dana Hibah Penelitian, sehingga dapat tersusun Buku Ajar Pengembangan Media Promosi Kesehatan ini sebagai salah satu luaran hasil penelitian. Ungkapan terimakasih tidak lupa kami haturkan kepada segenap Pimpinan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta dan Pimpinan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga dan Tim Peneliti Mitra dari Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga serta semua pihak yang telah mendukung kami dalam menyusun naskah buku ajar ini.

Buku ini masih terdapat banyak kekurangan, sehingga penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan buku ini. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa dalam memperkaya khasanah ilmu kesehatan masyarakat.

Yogyakarta, November 2019

Penulis,

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
BAB I Pengantar Teknologi Promosi Kesehatan	1
I. Tujuan Pembelajaran	1
II. Isi Materi	1
A. Media Promosi Kesehatan	1
B. Konsep Pembelajaran Penelitian dan Pengembangan (R & D).....	7
III. Rangkuman.....	10
IV. Evaluasi	11
V. Referensi.....	12
BAB II Konsep Rencana Pengembangan Media Promosi Kesehatan	13
I. Capaian Pembelajaran	13
II. Isi Materi	13
A. Pengertian penelitian dan pengembangan (R&D).....	13
B. Fungsi Penelitian.....	15
C. Langkah - langkah penelitian.....	17
III. Rangkuman.....	27
IV. Evaluasi	27
V. Referensi.....	28

BAB III	Konsep Tahapan Penelitian Untuk Menyusun Rencana Pengembangan Media Promosi Kesehatan	29
I.	Capaian Pembelajaran.....	29
II.	Isi Materi.....	29
	A. Produk berdasarkan potensi dan masalah.....	29
	B. Populasi dan Sampel	45
	C. Instrumen dan Skala Pengukuran.....	53
	D. Teknik pengumpulan data.....	61
	E. Teknik Analisis Data.....	85
III.	Rangkuman	103
IV.	Evaluasi.....	106
V.	Referensi	106
BAB IV	Tahapan Pengembangan Media Promosi Kesehatan	107
I.	Capaian Pembelajaran.....	107
II.	Isi Materi.....	107
	A. Perencanaan produk	107
	B. Pengujian rancangan produk dan pengujian produk	117
	C. Riset pengembangan media promosi kesehatan.....	122
III.	Rangkuman	124
IV.	Evaluasi.....	126
V.	Referensi	126
BAB V	Macam Media Cetak Sebagai Media Promosi Kesehatan	127
I.	Capaian Pembelajaran.....	127
II.	Isi Materi.....	127
	A. Macam media cetak.....	127
	B. Karakteristik media cetak.....	142

C.	Riset pengaruh penggunaan media cetak pada kesehatan.....	145
III.	Rangkuman.....	148
IV.	Evaluasi	149
V.	Referensi.....	149
BAB VI Macam Promosi Kesehatan Berbasis Kearifan		
	Lokal	151
I.	Capaian Pembelajaran	151
II.	Isi Materi	151
A.	Media berbasis kearifan lokal	151
B.	Karakteristik media berbasis kearifan lokal.....	160
C.	Riset pengaruh penggunaan media berbasis kearifan lokal pada promosi kesehatan	161
III.	Rangkuman.....	163
IV.	Evaluasi	164
V.	Referensi.....	164
BAB VII Media Audio Visual Sebagai Media Promosi Kesehatan		
	Kesehatan	166
I.	Capaian Pembelajaran	166
II.	Isi Materi	166
A.	Media berbasis audio visual (AVA)	166
B.	Karakteristik media AVA	172
C.	Riset pengaruh penggunaan media AVA pada promosi kesehatan.....	172
III.	Rangkuman.....	174
IV.	Evaluasi	175
V.	Referensi.....	175

BAB VIII Media Elektronik Sebagai Media Promosi	
Kesehatan	177
I. Capaian Pembelajaran.....	177
II. Isi Materi.....	177
A. Media elektronik	177
B. Karakteristik media berbasis elektronik.....	195
C. Riset pengaruh penggunaan media berbasis elektronik pada promosi kesehatan	195
III. Rangkuman	196
IV. Evaluasi.....	197
V. Referensi	197
BAB IX Media Sosial Sebagai Media Promosi Kesehatan	199
I. Capaian Pembelajaran.....	199
II. Isi Materi.....	199
A. Media sosial sebagai media promosi kesehatan	199
B. Pengaruh sosial media dalam bidang kesehatan	201
C. Link sosial media sebagai media promosi kesehatan.....	206
III. Rangkuman	207
IV. Evaluasi.....	207
V. Referensi	208
BAB X Pengembangan Media Promosi Kesehatan	209
I. Capaian Pembelajaran.....	209
II. Isi Materi.....	209
A. Potensi masalah.....	209
B. Perencanaan produk	210
C. Pengujian dan perancangan.....	212
D. Riset dan pengembangan media promosi kesehatan.....	216
III. Rangkuman	217
IV. Evaluasi.....	218

V. Referensi.....	218
BAB XI Media Promosi Kesehatan Secara Massa.....	219
I. Capaian Pembelajaran	219
II. Isi Materi	219
A. Media Promosi kesehatan secara massa	219
B. Riset Implementasi Metode Promosi Kesehatan Secara Massa.....	256
III. Rangkuman.....	257
IV. Evaluasi	257
V. Referensi.....	258
GLOSARIUM.....	259
DAFTAR INDEKS	262
BIOGRAFI PENULIS.....	266

BAB I

Pengantar Teknologi Promosi Kesehatan

I. Tujuan Pembelajaran

- A. Mahasiswa mampu memahami tentang media promosi kesehatan
- B. Mahasiswa mampu memahami konsep penelitian dan pengembangan (R & D)

II. Isi Materi

A. Media Promosi Kesehatan

Media promosi kesehatan adalah semua sarana atau upaya untuk menampilkan pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator, baik melalui media cetak, elektronika (berupa radio, TV, komputer dan sebagainya) dan media luar ruang, sehingga sasaran dapat meningkatkan pengetahuannya yang kemudian diharapkan menjadi perubahan pada perilaku ke arah positif di bidang kesehatan (Notoatmodjo, 2005).

Media promosi kesehatan dibagi menjadi 3 macam, yaitu : (Notoatmodjo, 2005)

1. Media cetak

Media cetak dapat sebagai alat bantu untuk menyampaikan pesan-pesan kesehatan, beberapa contohnya seperti booklet, leaflet, rubik dan poster. Booklet adalah media untuk menyampaikan pesan kesehatan dalam bentuk buku baik berupa tulisan maupun gambar. Leaflet adalah media penyampaian informasi yang berbentuk selebar kertas yang dilipat. Rubik adalah media yang berbentuk seperti

majalah yang membahas tentang masalah kesehatan. Kemudian poster adalah media cetak yang berisi pesan atau informasi kesehatan yang umumnya ditempel di tembok, tempat umum atau kendaraan umum.

2. Media elektronik

Media elektronik merupakan suatu media bergerak yang dinamis, dapat dilihat dan didengar dalam menyampaikan pesan-pesan kesehatan. Contoh dari media elektronik adalah TV, radio, film, video film, cassette, CD, dan VCD.

3. Media luar ruangan

Media luar ruangan yaitu media yang menyampaikan pesannya diluar ruangan secara umum melalui media cetak dan elektronika secara statis, misalnya papan reklame, spanduk, pameran, banner dan TV layar lebar. Papan reklame adalah poster dalam ukuran besar yang dapat dilihat secara umum di pekerjaan. Spanduk adalah suatu pesan dalam bentuk tulisan dan disertai gambar yang dibuat pada secarik kain dengan ukuran yang sudah ditentukan.

Pada pelaksanaannya, promosi kesehatan tidak dapat lepas dari media. Karena melalui media tersebut pesan-pesan kesehatan yang disampaikan menjadi menaik dan mudah dipahami, sehingga sasaran dapat dengan mudah menerima pesan yang disampaikan (Notoatmodjo, 2005).

Adapun tujuan dari penggunaan media promosi kesehatan adalah (Notoatmodjo, 2005)

1. Media dapat mempermudah penyampaian informasi
2. Media dapat menghindari kesalahan persepsi
3. Media dapat memperjelas informasi yang disampaikan
4. Media dapat mempermudah pengertian
5. Media dapat mengurangi komunikasi yang verbalistik
6. Media dapat menampilkan objek yang dapat ditangkap dengan mata
7. Media dapat memperlancar komunikasi, dan lain-lain

Pada penggunaannya, media promosi kesehatan memiliki beberapa prinsip. Prinsip tersebut diantaranya adalah (Notoatmodjo, 2005)

1. Semakin banyak indera yang digunakan untuk menerima pesan dan informasi kesehatan dari sebuah media, maka semakin tinggi atau jelas dalam memahami pesan yang diterima
2. Setiap jenis media yang digunakan sudah pasti memiliki kelemahan dan kelebihan
3. Perlu digunakannya berbagai macam variasi media namun tidak perlu berlebihan dalam penggunaannya
4. Pengguna media dapat memotivasi sasaran untuk berperan aktif dalam penyampaian informasi atau pesan
5. Rencanakan secara matang terlebih sebelum media digunakan atau dikonsumsi oleh sasaran

6. Hindari penggunaan media sebagai selingan atau pengisi waktu kosong saja
Persiapan yang cukup dalam penggunaan media

Kriteria media promosi kesehatan antara lain yaitu :

1. *Technology*
Ketersediaan teknologi dan mudah menggunakan
2. *Access*
Media promosi kesehatan harus mudah diakses oleh sasaran
3. *Cost*
Petimbangan biaya yang digunakan pada media promosi kesehatan
4. *Interractivity*
Menimbulkan interaksi oleh pengguna media
5. *Organization*
Dukungan organisasi atau instansi
6. *Novelty*
Kebaruan media yang digunakan, semakin baru media maka akan semakin menarik

Pada suatu media, pesan yang disampaikan haruslah efektif dan kreatif, maka dari itu harus memenuhi hal-hal berikut :

1. *Command attention*, adalah mengembangkan satu ide/pesan pokok yang dapat direfleksikan menjadi suatu pesan
2. *Clarify the message*, pesan yang digunakan haruslah mudah dimengerti, sederhana dan jelas

3. *Create trust*, pesan yang disampaikan harus dapat dipercaya, tidak bohong dan terjangkau
4. *Communicate a benefit*, pesan yang disampaikan dapat memberikan keuntungan terutama bagi kedua belah pihak
5. *Consistency*, pesan yang disampaikan harus memiliki satu pesan utama di media apapun
6. *Cater to the heart and head*, pesan yang disampaikan dapat menyentuh akal dan rasa (emosi) sasaran
7. *Call to action*, pesan yang disampaikan dapat mendorong dan mempengaruhi saran untuk bertindak ke hal positif

Pada pengembangan media promosi kesehatan memiliki banyak inovasi. Inovasi tersebut diantaranya berupa :

1. Leaflet, poster, audio visual, flipchart, booklet, buku saku
2. Sms *broadcast*
3. Media sosial
4. Permainan, seperti permainan engklek, ular tangga, puzzle, kartu bergambar
5. Seni, contohnya lagu, jathilan, wayang gantung, besutan
6. Khotbah

Berdasarkan jenisnya media promosi kesehatan dapat ditinjau dari beberapa aspek, diantaranya yaitu (Notoatmodjo, 2005)

1. Berdasarkan bentuk umum penggunaanya

Berdasarkan penggunaannya media promosi kesehatan dibedakan menjadi

- a. Bahan bacaan, di antaranya seperti modul, buku, folder, leaflet, majalah, buletin dan lain sebagainya
- b. Bahan peragaan, poster tunggal, poster seri, flipchart, tranparan, slide, film, dan lain-lain

2. Berdasarkan cara produksi

Berdasarkan cara produksinya media promosi kesehatan dibagi menjadi

a. Media cetak

Media cetak merupakan media statis yang mengutamakan pesan-pesan visual. Contohnya yaitu poster, leaflet, brosur, majalah, surat kabar, lembar balik dan sticker.

Kelebihan dari media cetak yaitu tahan lama, mencakup banyak orang, biaya tidak tinggi, tidak perlu listrik, dapat dibawa kemana-mana, dapat mengungkit rasa keindahan, mempermudah pemahaman, meningkatkan gairah belajar. Sedangkan kelemahannya adalah media tidak dapat menstimulir efek suara dan gerak kemudian media mudah terlihat

b. Media elektronika

Media elektronika yaitu media yang dapat bergerak dan dinamis, contohnya seperti TV, radio, film, video film, cassette, CD, dan VCD.

Kelebihan dari media elektronika adalah sudah dikenal masyarakat, mengikutsertakan panca

indera, dan lebih mudah dipahami. Kelemahannya yaitu biaya lebih tinggi, sedikit rumit, perlu listrik, perlu alat canggih untuk produksinya, dan perlu persiapan yang matang.

c. Media luar ruangan

Media luar ruangan yaitu media yang menyampaikan pesannya diluar ruang umum, contohnya seperti papan reklame, spanduk, pameran, banner dan TV layar lebar.

Kelebihan dari media luar adalah sebagai informasi umum dan hiburan, mengikutsertakan semua panca indera, lebih mudah dipahami, lebih menarik karena ada suara dan gambar, bertatap muka, penyajian dapat dikendalikan, jangkauan relatif lebih besar.

Kelemahannya adalah biaya tinggi, sedikit rumit, ada yang memerlukan listrik, ada yang memerlukan alat canggih, perlu persiapan matang, peralatan selalu berkembang, perlu keterampilan penyimpanan dan perlu keterampilan dalam pengoperasiannya.

B. Konsep Pembelajaran Penelitian dan Pengembangan (R & D)

Penelitian dan pengembangan (*Research and Development*) merupakan salah satu jenis dari metode penelitian. Penelitian dan pengembangan berfungsi untuk memvalidasi dan mengembangkan produk. Memvalidasi produk, berarti produk itu telah ada, dan peneliti hanya menguji efektivitas atau memvalidasi

produk tersebut. Mengembangkan produk dalam arti luas dapat memperbarui produk yang telah ada (sehingga menjadi lebih praktis, efektif, dan efisien) atau menciptakan produk yang baru (yang sebelumnya belum pernah ada) (Sugiyono, 2015).

Perancangan dan penelitian pengembangan adalah kajian yang sistematis tentang bagaimana membuat membuat perancangan suatu produk, mengembangkan / memproduksi rancangan tersebut, dengan tujuan dapat diperoleh data yang empiris yang dapat digunakan sebagai dasar untuk membuat produk, alat-alat dan model yang dapat digunakan dalam pembelajaran atau nonpembelajaran (Richey dan Klein, 2009).

Penelitian dan pengembangan terbagi menjadi empat level, diantaranya yaitu :

1. Penelitian dan pengembangan pada level 1 adalah peneliti melakukan penelitian untuk menghasilkan rancangan, tetapi tidak dilanjutkan dengan membuat produk dan mengujinya.

Penelitian ini dilakukan untuk menghasilkan data yang valid, reliabel, *up to date* objektif dan lengkap. Selanjutnya data tersebut digunakan untuk membuat rancangan suatu produk. Contoh : penelitian menghasilkan rancangan mobil dengan bahan bakar sinar matahari, rancangan buku ajar, metode pengajaran sebagainya. Penelitian ini dapat menggunakan metode kualitatif, kuantitatif, dan kombinasi kualitatif kuantitatif.

2. Penelitian dan pengembangan pada level 2 adalah peneliti tidak melakukan penelitian, tetapi langsung menguji produk yang ada
Penelitian dilakukan karena adanya keragu-raguan terhadap efektivitas suatu produk, produk tersebut dapat berupa barang atau bukan barang. Dengan menggunakan teori dan hasil penelitian yang relevan peneliti mengamati dan mencatat spesifikasi produk tersebut dan selanjutnya dapat berhipotesis (bisa juga tidak berhipotesis).
3. Penelitian dan pengembangan pada level 3 adalah peneliti melakukan penelitian untuk mengembangkan produk yang telah ada, membuat produk dan menguji keefektifitasan produk tersebut
Penelitian ini mengembangkan produk yang telah ada. Seperti telah dikemukakan bahwa R & D yang bersifat pengembangan adalah menyempurnakan yang telah ada, baik dari segi bentuk maupun fungsinya. Tahap pertama pada level ini adalah mengkaji produk yang telah ada, selanjutnya peneliti melakukan studi literatur, kemudian peneliti membuat rancangan produk yang bersifat menyempurnakan atau mengembangkan produk yang telah ada.
4. Penelitian dan pengembangan pada level 4 adalah peneliti melakukan penelitian untuk menciptakan produk baru membuat produk dan menguji keefektifitasan produk tersebut
Penelitian ini dapat menciptakan produk baru yang kreatif, original dan teruji. Menciptakan produk baru

yang kreatif berarti membuat produk baru yang memiliki nilai tambah dan belum pernah ada. Original berarti asli, belum ada yang lain yang membuatnya. Teruji berarti produk tersebut telah terbukti secara empiris kualitasnya melalui berbagai pengujian lapangan.

III. Rangkuman

Media promosi kesehatan merupakan sebuah sarana yang berguna untuk menampilkan pesan atau informasi yang ingin disampaikan ke komunikator. Media promosi kesehatan bertujuan agar sasaran dapat mendapatkan pengetahuan dan kemudian mampu merubah perilaku sasaran menjadi lebih positif.

Media promosi kesehatan dibagi menjadi beberapa macam, yaitu media cetak, media elektronik, dan media luar ruangan. Media cetak terdiri dari booklet, leaflet, rubik dan poster. Media elektronik terdiri dari TV, radio, film, vidio film, cassette, CD, dan VCD. Sedangkan media luar ruangan terdiri dari papan reklame, spanduk, pameran, banner dan TV layar lebar. Media tersebut memiliki kriterianya masing-masing.

Pada metodenya, media promosi kesehatan dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu metode promosi kesehatan individu, kelompok dan massa. Metode promosi kesehatan individu digunakan untuk membina perilaku baru atau membina seseorang yang sudah tertarik akan perubahan kearah yang positif. Meotde promosi kesehatan kelompok dilakukan dengan cara mengidentifikasi masalah, kemudian menetapkan masalah, bertukar pikiran hingga mendorong

partisipasi peserta. Sedangkan metode promosi kesehatan massa digunakan untuk menyampaikan pesan kesehatan yang bersifat publik, maka dari itu kriteria media promosi kesehatan massa tidak membedakan umur, jenis kelamin, pekerjaan dan lain-lain.

Pada pengembangan media promosi kesehatan, terdapat metode penelitian dan pengembangan (R&D). penelitian dan pengembangan (R&D) berfungsi untuk memvalidasi dan mengembangkan produk. Terdapat empat level, level satu yaitu peneliti melakukan penelitian untuk mendapatkan rancangan tetapi tidak membuat produk dan mengujinya. Level dua yaitu peneliti tidak melakukan penelitian tetapi langsung menguji produk yang sudah ada. Level tiga peneliti melakukan penelitian untuk mengembangkan produk yang telah ada, membuat produk dan menguji keefektifitasan produk tersebut. Kemudian level empat peneliti melakukan penelitian untuk menciptakan produk baru membuat produk dan menguji keefektifitasan produk tersebut.

IV. Evaluasi

1. Sebutkan 3 macam media promosi kesehatan!
2. Mengapa media promosi kesehatan sangatlah penting?
3. Sebutkan 3 metode promosi kesehatan!
4. Apa saja media promosi kesehatan secara kelompok?
5. Sebutkan 4 level penelitian dan pengembangan (*Research and Development*)!

V. Referensi

- Notoatmodjo, S. 2005. *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasi*. PT Rineka Cipta. Jakarta
- Richey, C dan Klein, D. 2009. *Design and Development Research*; Routledge. New York. London
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian & Pengembangan*. Alfabeta Bandung. Bandung

BAB II

Konsep Rencana Pengembangan Media Promosi Kesehatan

I. Capaian Pembelajaran

- A. Mahasiswa mampu memahami penelitian dan pengembangan (R & D)
- B. Mahasiswa mampu memahami fungsi penelitian
- C. Mahasiswa mampu memahami langkah-langkah penelitian

II. Isi Materi

A. Pengertian penelitian dan pengembangan (R&D)

Penelitian dan pengembangan memiliki beberapa istilah. Borg dan Gall (1998) menggunakan nama *research and development* yang dapat diterjemahkan menjadi penelitian dan pengembangan. Rechey dan Kelin (2009) menggunakan nama *Design and Development Research* yang dapat diterjemahkan menjadi perancangan dan penelitian pengembangan. Thiagarajan (1974) menggunakan model 4D yang merupakan singkatan dari *Define, Design, Development and Dissemination*. Kemudian Dick dan Carry menggunakan istilah ADDIE untuk menjelaskan istilah penelitian dan pengembangan, yaitu *Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*).

Brog and Gall (1998) mengatakan bahwa penelitian dan pengembangan adalah suatu proses / metode yang digunakan untuk memvalidasi dan mengembangkan produk, yang dimaksud produk di sini tidak hanya berupa benda seperti buku teks, film untuk

pembelajaran, dan *software* (perangkat lunak) komputer, tetapi juga metode seperti metode mengajar dan program seperti program pendidikan untuk mengatasi penyakit anak yang minum-minuman keras dan program pengembangan staf.

Richey dan Kelin (2010) menyatakan bahwa *Design and Development Research* sebelumnya dinamakan *developmental research* yang memiliki pengertian kajian sistematis tentang bagaimana membuat rancangan suatu produk, cara mengembangkan produk tersebut, hingga mengevaluasi kinerja produk tersebut. Tujuan dari penelitian dan pengembangan ini adalah untuk memperoleh data empiris untuk membuat produk, alat-alat dan model yang dapat digunakan pada pembelajaran ataupun nonpembelajaran.

Sumber lain menyatakan bahwa penelitian dan pengembangan adalah cara sistematis untuk membuat rancangan, mengembangkan program pembelajaran dan produk yang dapat memenuhi kriteria internal.pada prosesnya R&D memanfaatkan perkembangan teknologi pengolahan dan bahan baku yang mutakhir untuk mendapatkan produk yang berkualitas dan aman untuk dikonsumsi.

R&D juga bertanggung jawab pada pengembangan produk dan pengawasan kualitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sesuai dengan kemampuan produksi dan menjamin kualitas produk dengan persyaratan pelanggan serta membantu dan menjamin keberlangsungan semua sistem mutu yang dijalankan serta memantau keselarasan proses.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa antara satu pengertian dengan pengertian yang lain tidak ada perbedaan makna, karena pada dasarnya *Research and Development*, *Design and Development Research* dan *Developmental Research* sama-sama berkenaan dengan pengembangan produk melalui proses perencanaan, produksi, dan evaluasi.

Penelitian dan pengembangan sering disebut “jembatan” antara penelitian dasar (*basic research*) dengan penelitian terapan (*applied research*). Borg and Gall (1989) menyatakan : *One way to bridge the gap between research and practice in education Research & Development*. Salah satu jembatan antara penelitian dasar dengan penelitian terapan adalah R&D. Penelitian dasar bertujuan untuk “*to discover new knowledge about fundamental phenomena*”, dan *applied research* bertujuan untuk menemukan pengetahuan secara praktis.

Pada penelitian analisis kebutuhan hingga menghasilkan produk yang bersifat hipotetik digunakan metode penelitian dasar (*basic research*). Untuk menguji produk yang masih bersifat hipotetik digunakan eksperimen, proses pengujian eksperimen tersebut disebut penelitian terapan (*applied research*). Jika produk telah diuji, maka produk dapat diaplikasikan.

B. Fungsi Penelitian

Fungsi penelitian menurut Giphart (1986) ada tiga yaitu untuk memahami fenomena (*need to know*), membantu pelaksanaan pekerjaan (*need to do*) dan untuk memilih (*need to choose*) dan mengukur.

Metode penelitian berfungsi untuk memahami fenomena adalah penelitian penelitian yang berfungsi untuk menggambarkan fakta, membuktikan, mengembangkan, dan menemukan pengetahuan. Metode penelitian digunakan untuk memahami fenomena secara umum adalah metode penelitian survei, eksperimen, kualitatif, dan kombinasi. Metode penelitian yang berfungsi untuk membantu pelaksanaan kerja supaya efektif dan efisien adalah metode penelitian tindakan (*action research*), penelitian dan pengembangan (*research and development*) dan penelitian operasi (*operational research*).

Metode penelitian tindakan juga digunakan untuk mengembangkan dan menemukan tindakan baru, sehingga tindakan tersebut jika diterapkan dipekerjaan maka proses pekerjaan akan lebih mudah, cepat, dan hasilnya lebih banyak dan berkualitas. Metode penelitian dan pengembangan (R&D) digunakan untuk menghasilkan rancangan produk baru, menguji keefektifitasan produk yang telah ada, serta mengembangkan dan menciptakan produk baru.

Metode penelitian operasi (*operational research*) digunakan untuk mengembangkan dan menciptakan langkah-langkah operasi kerja baru, sehingga proses kerja akan lebih efisien, dan hasil kerja akan meningkat jumlah dan kualitasnya. Metode penelitian memiliki 3 fungsi yaitu fungsi untuk memilih yaitu

1. Membantu pelaksanaan kerja (*need to do*)

Dengen metode penelitian

- a. *Research & Development*

- b. *Action Research*
 - c. *Operation Research*
 - d. Kombinasi
2. Memahami fenomena (*need to know*)
 Dengan metode penelitian
 - a. Survei
 - b. Eksperimen
 - c. Kualitatif
 - d. Kombinasi
 3. Memilih dan mengukur (*need to choose*)
 Dengan metode penelitian
 - a. Penelitian evaluasi formatif
 - b. Penelitian evaluasi sumatif

C. Langkah - langkah penelitian

Langkah - langkah penelitian dan pengembangan dibagi menjadi beberapa hal berdasarkan pendapat beberapa penulis

1. Borg and Gall

Penelitian dan pengembangan dibagi menjadi 10 langkah. 10 langkah tersebut dikembangkan oleh staf *Teacher Education Program at far West Laboratory for Educational Research and Development*, yang bertujuan meningkatkan keterampilan guru pada kelas spesifik. 10 langkah tersebut diantaranya yaitu

a. *Research and information collecting*

Penelitian dan pengumpulan informasi, meliputi analisis kebutuhan, review literature, penelitian dalam skala kecil, dan persiapan membuat laporan yang terkini

- b. *Planning*
Melakukan perencanaan yang meliputi pendefinisian keterampilan yang harus dipelajari, perumusan tujuan, penentuan urutan pembelajaran dan uji coba kelayakan (dalam skala kecil)
- c. *Develop preliminary form a product*
Mengembangkan produk awal yang meliputi penyimpanan materi pembelajaran prosedur penyusunan buku pegangan dan instrument
- d. *Preliminary field testing*
Pengujian lapangan awal, dilakukan pada 1-3 sekolah dan menggunakan 6-12 obyek. Pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan kuesioner.
- e. *Main product revision*
Melakukan revisi utama terhadap produk didasarkan pada saran-saran dan uji coba
- f. *Main field testing*
Melakukan uji coba lapangan utama, dilakukan pada 5-15 sekolah dengan 30-100 obyek. Data kuantitatif tentang *performace* sebelum dan sesudah pelatihan dianalisis. Hasilnya dinilai sesuai dengan tujuan pelatihan dan dibandingkan dengan data kelompok control bila mungkin
- g. *Operational product revision*
Melakukan revisi terhadap produk yang siap dioprasionalkan, berdasarkan saran-saran dari uji coba

- h. *Operational field testing*
Melakukan uji lapangan operasional, dilakukan pada 10-30 sekolah dengan 40-400 subyek. Data wawancara, observasi, dan kuesioner dikumpulkan dan dianalisis
 - i. *Final product revision*
Revisi produk akhir, berdasarkan saran uji lapangan
 - j. *Dissemination and implementation*
Mendesiminasikan dan mengimplementasikan produk. Membuat laporan mengenai produk pada pertemuan profesional dan pada jurnal-jurnal. Bekerjasama dengan penerbit untuk melakukan distribusi secara komersial, memonitor produk yang telah didistribusikan guna membanu kendali mutu
2. Menurut Thiagarajan (1974) langkah-langkah penelitian dan pengembangan memiliki singkatan 4D yaitu
- a. *Define* (pendefinisian)
Berisi kegiatan untuk menetapkan produk apayang akan dikembangkan beserta spesifikasinya. Tahap ini merupakan analisis kebutuhan yang dilakukan melalui penelitian dan studi literatur.
 - b. *Design* (perancangan)
Berisi kegiatan untuk membuat rancangan terhadap produk yang kaan ditetapkan
 - c. *Development* (pengembangan)

Berisi kegiatan membuat rancangan menjadi dan menguji validitas secara berulang-ulang sampai dihasilkan produk sesuai spesifikasi yang ditetapkan

d. *Dissemination* (diseminasi)

Berisi kegiatan menyebarluaskan produk yang telah teruji untuk dimanfaatkan orang lain

3. Menurut Robert Maribe Branch (2009) pengembangan Instructional Design (Desain Pembelajaran) diantaranya yaitu dengan pendekatan ADDIE, yaitu

a. *Analysis*

Berkaitan dengan kegiatan analisis dengan situasi kerja dan lingkungan sehingga dapat ditemukan produk apa yang perlu dikembangkan

b. *Design*

Kegiatan perancangan produk sesuai dengan yang dibutuhkan

c. *Development*

Kegiatan pembuatan dan pengujian produk

d. *Implementation*

Kegiatan menggunakan produk

e. *Evaluation*

Kegiatan menilai apakah setiap langkah kegiatan dan produk yang telah dibuat sudah sesuai dengan spesifikasi atau belum

4. Menurut Richey and Klein (2009) menyatakan bahwa kegiatan perancangan dan penelitian pengembangan bersifat analisis dari awal sampai sampai akhir, yang dibagi menjadi PPE yaitu
 - a. *Planning* (merencanakan)

Kegiatan membuat rencana produk yang akan dibuat untuk tujuan tertentu. Diawali dengan analisis kebutuhan yang dilakukan melalui penelitian dan studi literatur
 - b. *Production*

Kegiatan membuat produk berdasarkan rancangan yang telah dibuat
 - c. *Evaluation*

Kegiatan menguji, menilai seberapa tinggi produk telah memenuhi spesifikasi yang telah ditentukan

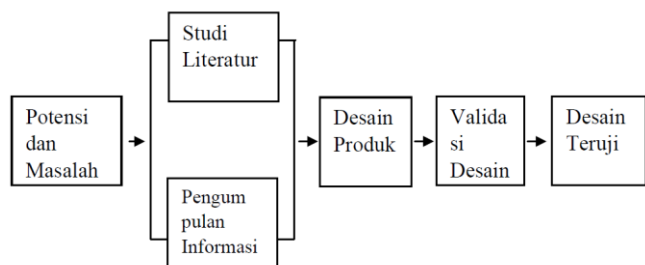
Seperti telah dikemukakan, secara metodologis, penelitian pengembangan mempunyai empat tingkat kesulitan yaitu meneliti tanpa menguji, (tidak membuat dan menguji produk) menguji tanpa meneliti (menguji validitas produk yang telah ada), meneliti dan menguji produk dalam upaya mengembangkan produk yang telah ada, dan meneliti dan menguji dalam menciptakan produk baru.

- a. Meneliti tanpa menguji (level 1)

Pada level 1 ini merupakan penelitian dan pengembangan yang paling rendah, yaitu melakukan penelitian tapi tidak melakukan pengujian lapangan. Hasil dari penelitian ini

adalah rancangan produk, kemudian rancangan tersebut divalidasi secara internal (penguji ahli dan praktisi) tapi tidak diproduksi dan tidak diuji secara eksternal (penguji lapangan). Penelitian dilakukan untuk menghasilkan data valid, reliabel, *up to date* objektif dan lengkap, yang selanjutnya digunakan untuk membuat suatu rancangan produk. Contohnya penelitian menghasilkan rancangan buku ajar.

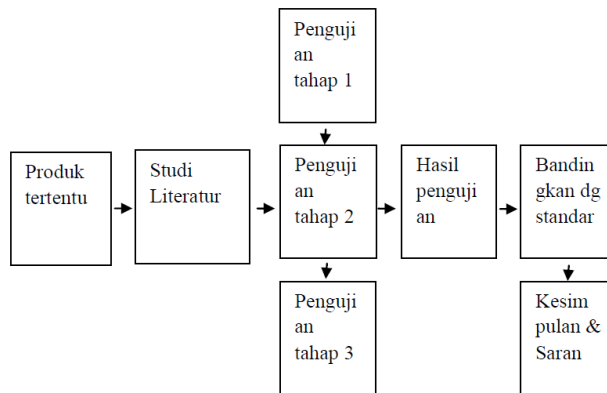
Langkah-langkah penelitian dalam level 1 dapat digambarkan seperti berikut



Gambar 1. Langkah-langkah R&D Level 1

Pada gambar tersebut penelitian dan pengembangan bisa diangkat dari potensi dan masalah. Potensi adalah segala sesuatu yang bisa diberdayakan dan bermanfaat sehingga mempunyai nilai tambah, masalah adalah penyimpangan antara yang diharapkan dengan yang terjadi.

- b. Tidak meneliti tapi menguji (level 2)
Penelitian ini tidak membuat rancangan produk tapi hanya memvalidasi atau menguji efektivitas dan efisiensi produk yang sudah ada. Langkah-langkah level 2 adalah sebagai berikut



Gambar 2. Langkah-langkah R&D Level 2

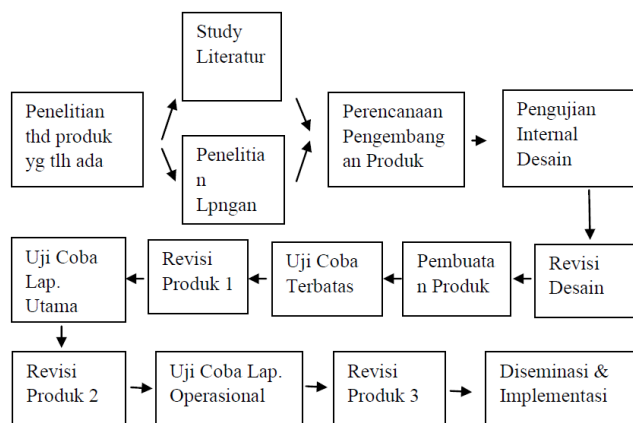
Pada gambar tersebut dijelaskan bahwa penelitian berawal dari keragu-raguan terhadap efektivitas suatu produk. Produk tersebut dapat berupa barang-barang atau bukan barang. Kemudian dilakukan studi literatur dengan menggunakan teori dan hasil penelitian yang relevan, maka akan didapatkan spesifikasi produk tersebut. Dari hasil spesifikasi tersebut, kemudian peneliti mengembangkan instrumen atau menggunakan instrument yang sudah ada untuk mengukur validitas produk tersebut.

Kemudian produk diuji. Pengujian dilakukan sebanyak tiga kali agar data yang diperoleh

konsisten. Pengujian menggunakan metode eksperimen. data hasil pengujian kemudian dianalisis dan dibandingkan dengan spesifikasi produk yang telah ada. Jika hasil pengujian tidak ditemukan perbedaan dengan spesifikasi yang telah ada maka produk tersebut dapat dikatakan efektif.

- c. Meneliti dan menguji untuk mengembangkan produk yang telah ada (level 3)

R&D bertujuan untuk menyempurnakan yang telah ada, baik dari bentuk maupun fungsi. Berikut adalah langkah-langkah penelitian R&D level 3



Gambar 3. Langkah-langkah R&D level 3

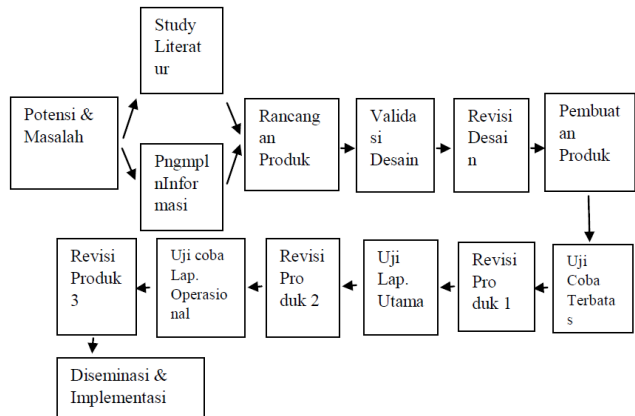
Pada gambar tersebut dijelaskan bahwa produk yang telah ada dikaji terlebih dahulu untuk mengetahui spesifikasi produk tersebut, yaitu berupa kelebihan dan kekurangan.

Selanjutnya peneliti melakukan study literature (kajian teori dan hasil penelitian), dari study literature tersebut kemudian peneliti membuat rancangan pengembangan produk. Rancangan tersebut bersifat mengembangkan atau menyempurnakan produk yang telah ada.

Rancangan tersebut kemudian diuji secara internal, yaitu menguji rancangan berdasarkan pendapat para ahli dan praktisi. Para ahli adalah orang-orang yang bergelar doktor atau sesuai dengan desain/rancangan. Setelah diuji internal kemudian produk direvisi dan selanjutnya akan menjadi produk awal. Produk awal tersebut kemudian diuji secara terbatas, setelah direvisi kemudian produk diuji lapangan utama. Pada uji coba lapangan utama pendapat para pengguna produk lebih diutamakan untuk revisi.

Setelah produk direvisi kemudian produk diuji pada lapangan operasional. Setelah direvisi lagi, maka produk didesiminasikan atau disebarluaskan pada konsumen. Diseminasi dilakukan dengan cara melaporkan hasil penelitian kepada kelompok profesional kemudian dimuat dalam jurnal ilmiah ataupun jurnal yang bersifat komersial.

- d. Meneliti dan menguji untuk menciptakan produk yang belum ada (level 4)
Langkah-langkah R&D untuk menciptakan produk baru adalah sebagai berikut



Gambar 4. Langkah-langkah R&D Level 4

Pada gambar tersebut, penelitian diawali dengan potensi dan masalah, kemudian dicocokkan dengan study literature dan data penelitian, peneliti kemudian membuat rancangan produk. Kemudian rancangan tersebut diuji validasi oleh ahli dan praktisi. Setelah itu kemudian direvisi dan produk dibuat.

Produk tersebut diuji pada kelompok uji coba terbatas dan direvisi. Pada uji terbatas kita akan mengetahui spesifikasi produk berupa kelemahan produk tersebut. Kemudian diuji pada kelompok uji coba lapangan utama dan direvisi kembali. Pada pengujian ini digunakan metode eksperimen, pengamatan dan wawancara (campuran). Setelah itu kemudian produk diuji pada kelompok ujicoba lapangan operasional dan hasilnya direvisinya kembali. Jika apada tahap ini masih ditemukan kekurangan maka dilakukan

revisi terus. Terakhir produk didiseminasikan dan implementasikan pada masyarakat.

III. Rangkuman

Research and development adalah jembatan antara penelitian dasar dengan penelitian terapan. Metode penelitian berfungsi untuk memahami fenomena atau menggambarkan fakta, membuktikan pengembangan dan menemukan pengetahuan. Metode penelitian memiliki tiga fungsi yaitu, untuk membantu pelaksanaan kerja, untuk memahami fenomena dan untuk memilih dan mengukur.

Menurut Sugiyanto, langkah-langkah penelitian memiliki empat tahap yaitu meneliti tanpa menguji, tidak meneliti tapi menguji, menguji dan meneliti produk yang sudah ada dan yang terakhir yaitu meneliti dan menguji produk yang belum ada.

IV. Evaluasi

1. Jelaskan proses *research and information collecting* menurut Borg and Gall!
2. Sebutkan dan jelaskan secara singkat langkah-langkah R&D menurut Borg and Gall!
3. Jelaskan proses *development* menurut Thiagarajan!
4. Sebutkan dan jelaskan proses langkah-langkah R&D menurut Thiagarajan!
5. Sebutkan dan jelaskan proses langkah-langkah R&D menurut Richey and Klein!

V. Referensi

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian & Pengembangan*. Alfabeta Bandung. Bandung

BAB III

Konsep Tahapan Penelitian Untuk Menyusun Rencana Pengembangan Media Promosi Kesehatan

I. Capaian Pembelajaran

- A. Mahasiswa mampu memahami pengembangan produk berdasarkan potensi dan masalah
- B. Mahasiswa mampu memahami populasi dan sampel
- C. Mahasiswa mampu memahami instrument dan skala pengukuran
- D. Mahasiswa mampu memahami teknik pengumpulan data
- E. Mahasiswa mampu memahami teknik analisis data

II. Isi Materi

A. Produk berdasarkan potensi dan masalah

Pada penelitian dan pengembangan merupakan serangkaian metode yang digunakan untuk menguji, mengembangkan dan menciptakan suatu produk. Produk yang diuji adalah produk yang memiliki kerugian pada produk tersebut. Sedangkan mengembangkan inovasi adalah memperbaiki dan menyempurnakan produk yang telah ada.

Potensi diartikan sebagai *something processing the capacity for growth or development*. Potensi adalah segala sesuatu yang memiliki kapasitas untuk dikembangkan tumbuhkan. Menurut KBBI potensi adalah kekuatan, energy, atau kemampuan yang terpendam yang memiliki dan belum dimanfaatkan secara optimal. Berdasarkan pengertian berikut, dapat

disimpulkan bahwa potensi adalah segala sesuatu yang memiliki kemampuan / kapasitas untuk dikembangkan.

Potensi memiliki arti yang sama dengan berpotensi, yaitu artinya energy, daya, kapasitas, kesanggupan, dan kekuatan. Penelitian yang diawali dengan potensi akan lebih memiliki nilai tambah daripada penelitian yang diawali dari masalah. Penelitian yang berawal dari masalah akan menjadi solusi untuk memecahkan masalah tersebut. Sedangkan penelitian yang berawal dari potensi akan mampu mengembangkan potensi dan memiliki nilai tambah tersendiri.

Potensi dapat terjadi pada alam, manusia, hewan, juga ilmu pengetahuan dan teknologi. Beberapa contoh potensi dari alam yaitu seperti matahari, angin, gelombang air laut, bahan tambang dan lain sebagainya. Contoh potensi dari manusia yaitu kecerdasan dan kemampuan berfikir. Contoh potensi pada hewan yaitu kekuatan, kecerdikan dan daging. Contoh potensi pada ilmu pengetahuan dan teknologi yaitu suatu hal yang sangat mempunyai potensi yang sangat besar dan dapat membantu kehidupan manusia.

Ilmu pengetahuan dan teknologi dapat memprediksi apa yang akan terjadi dengan cara memanfaatkan fenomena agar dapat bersahabat dengan manusia. Kemudian kaitannya dengan penelitian dan pengembangan, ilmu pengetahuan dan teknologi saat berperan pada pembuatan rancangan, membuat produk, dan evaluasi efektifitas produk.

Langkah-langkah menemukan potensi pada penelitian R&D adalah dengan diawali menggunakan penelitian

(*research*) kemudian melakukan pengembangan (*development*). Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian. Metode penelitian tersebut diantaranya yaitu kualitatif, kuantitatif, dan kombinasi model *concurrent / campu*. Langkah-langkah dalam mengembangkan potensi yaitu

1. Penelitian lapangan 1
2. Identifikasi potensi
3. Penilaian potensi
4. Potensi terpilih
5. Desain produk.

Penelitian lapangan dilakukan untuk memperoleh data yang valid, reliabel dan objektif. Kemudian potensi pada objek dapat diketahui melalui identifikasi. Objek yang identifikasi tersebut kemudian diberi nilai untuk mengetahui prioritas potensi apa yang akan dipilih untuk pengembangan produk.

Potensi dalam suatu objek tertentu ada yang bersifat sudah jelas, samar-samar bahkan masih ada yang terpendam. Sifat tersebut harus dibuktikan melalui sebuah penelitian. Penelitian tersebut dilakukan menggunakan beberapa metode, yaitu kuantitatif, kualitatif, dan metode kombinasi.

1. Kuantitatif

Metode kuantitatif dapat digunakan sebagai metode untuk potensi dari suatu objek. Di metode ini yang diperlukan adalah kejelasan populasi dan instrumen penelitian. Misalnya jumlah populasi 100 orang dan jarak antar responden tidak berjauhan,

maka sebaiknya 100 orang tersebut digunakan sebagai responden. Jika jumlah responden lebih dari 100 dan responden dianggap homogen, maka peneliti dapat mengambil responden secara *simple random sampling* (pengambilan sampel secara sederhana). Teknik tersebut disebut homogen. Jika pengambilan populasi secara strata maka metodenya adalah memperhatikan strata pada populasi tersebut, seperti pendidikan terakhir S1, S2, atau S3.

Metode kuantitatif teknik pengumpulan data menggunakan instrumen dalam bentuk kuesioner. Kuesioner tersebut diisi oleh populasi yang telah dipilih

Contoh rumusan masalah pada penelitian kuantitatif

- a. Potensi apa saja yang ada di daerah ini?
- b. Seberapa tinggi potensi di daerah tersebut?

2. Kualitatif

Metode kualitatif juga merupakan metode yang dapat digunakan untuk menggali potensi. Metode kualitatif tidak menggunakan instrument pada pelaksanaannya karena peneliti ingin mendapatkan informasi dari sudut pandang yang diteliti informannya. Penelitian kualitatif harus memiliki wawasan yang luas tentang obyek yang akan diteliti, tapi tidak menggunakan teori tersebut untuk bertanya melainkan untuk menganalisis data yang dikemukakan informan dan memandu untuk membuat kesimpulan.

Rumusan masalah pada penelitian kualitatif diantaranya yaitu

- a. Potensi-potensi apakah yang ada pada objek tersebut?
- b. Potensi mana yang dapat dikembangkan menjadi produk tertentu?

Pada tahapan pertama, penelitian kualitatif melakukan penjelajahan umum pada seluruh objek. Tahapan ini disebut tahap *describing*. Peneliti akan mengumpulkan seluruh data dari objek baik melalui pengamatan, wawancara, atau dokumentasi. Pada tahap pertama peneliti akan mendapatkan data mentah yang dapat berupa data angka, huruf dan lain-lain. Data mentah ini masih cenderung berantakan dan belum disusun.

Tahapan kedua adalah melakukan *classifying / categorizing*, data mentah yang diperoleh peneliti kemudian dikategorikan. Pada penelitian tahap dua, data mentah akan dispesifikasikan atau dikategorikan. Peneliti akan membuat klasifikasi sesuai tujuan penelitian. Pada tahap klasifikasi dibutuhkan teori tentang data yang diperoleh.

Pada tahap ketiga adalah *connecting*. Pada tahap ini peneliti mengkoneksikan dengan cara membuat hubungan antar kategori. Untuk dapat menghubungkan kategori tersebut peneliti harus memiliki kerangka teori. Pada tahap ini, kategori antara peneliti satu dengan yang lain kemungkinan

akan berbeda sesuai dengan kerang teori yang dibuat oleh masing-masing peneliti.

Pada uji kualitatif menggunakan sampel random dan secara *purposive*. Sampel yang berperan sebagai sumber data merupakan informan yang mengetahui tentang objek penelitian tersebut. Melalui sampel ini diharapkan dapat membuka pintu penelitian pada objek yang akan diteliti, umumnya sampel ini merupakan pimpinan formal atau informal seperti lurah.

Sampel penelitian kualitati bersifat *snowball sampling*. Jika data belum lengkap maka peneliti akan mencari sampel berikutnya hingga data yang dicari dirasa cukup. Hasil penelitian kemudian diuji keabsahan datanya melalui uji kredibilitas, uji dependabilitas, uji konfirmabilitas dan uji transferabilitas.

Berikut ini contoh menggunakan metode kualitatif untuk menggali potensi :

- a. Tahap pertama peneliti datang pada pemimpin kelompok untuk menyampaikan maksudnya yaitu ingin menggali potensi yang ada pada suatu objek
- b. Peneliti meminta pemimpin untuk menceritakan kondisi objek yang akan diteliti dari aspek potensi dan permasalahannya. Pada tahap ini peneliti mendengarkan dan merekam, kemudian melakukan wawancara untuk mengetahui lebih jelas tentang data tersebut.

- c. Tahap berikutnya peneliti mencari informan lain yang dipandang mampu memperluas, memperdalam dan memvalidai data yang diperoleh saat proses pertama.
- d. Data yang telah diperoleh dari proses wawancara selanjutnya diuji kredibilitas datanya menggunakan triangulasi.
- e. Langkah berikutnya yaitu menyimpulkan berdasarkan kategorisasi, kemudian peneliti menganalisis untuk membuat *connecting* antar kategori.
- f. Kemudian hasil terakhir adalah peneliti dapat menyimpulkan potensi yang ada pada objek tersebut.

3. Metode Kombinasi

Metode kombinasi atau *mixed methods* merupakan penelitian yang paling sempurna. Karena pada penelitian ini, kelemahan pada penelitian kualitatif dapat diatasi oleh penelitian kuantitatif. Sebaliknya juga, kelemahan penelitian kuantitatif dapat diatasi oleh penelitian kualitatif. Pada metode kombinasi terdapat dua model utama, yaitu model *sequential* (berurutan) dan model *concurrent* (dicampur).

Metode *sequential* dibagi menjadi dua jenis yaitu *sequential explanatory* (tahap pertama dengan metode kuantitatif dan tahap kedua dengan metode kualitatif). Kemudian *sequential exploratory* (metode pertama

dengan kuantitatif dan metode kedua dengan kualitatif).

Metode *sequential* digunakan pada waktu yang tidak sama karena metode ini harus berurutan. Metode *concurrent* juga memiliki dua jenis yaitu *concurrent triangulation* (dicampur seimbang) dan *concurrent embedded* (dicampur tidak seimbang).

Penggalian potensi lebih cepat jika menggunakan metode kombinasi yang dicampur, metode ini digunakan pada waktu bersamaan. Langkah-langkah menggali potensi menggunakan metode kombinasi yaitu

- a. Menentukan lokasi penelitian
- b. Setelah lokasi penelitian ditetapkan, maka langkah selanjutnya adalah menentukan responden yang akan dilakukan pada pengambilan data. Pengambilan sampel dilakukan secara random dengan tingkat kesalahan tertentu. Bersamaan dengan hal tersebut dilakukan penentuan informan sebagai sumber data secara *purposive* dan *snowball*. Langkah pertama kuantitatif pada tahap ini adalah mempersiapkan sampel responden yang akan digunakan. Sedangkan langkah awal kualitatif adalah menentukan informan dengan cara *purposive* atau *snowball*.
- c. Kemudian mengumpulkan data dengan kuesioner yang diberikan kepada sampel yang telah ditetapkan, pada metode kuantitatif menggunakan menggunakan kuesioner dan

sampel yang telah ditetapkan. Sedangkan metode kualitatif mengumpulkan data dengan observasi dan wawancara pada informan yang telah dipilih

- d. Selanjutnya yaitu menganalisis. Prinsip dasar analisis teknik kombinasi adalah membandingkan antara data hasil analisis kualitatif dan kuantitatif. Melalui analisis dapat diketahui mana data yang sama, berbeda, dan yang memperluas, yang mendalam dan mengugurkan. Apabila data yang meragukan, maka peneliti datang kelapangan kembali untuk melakukan penelitian yang mendalam.

Pada perumusan masalah, penelitian yang diawali dengan potensi akan memiliki kualitas yang lebih tinggi dibandingkan penelitian yang diawali dari masalah. Meski demikian, menurut beberapa ahli penelitian bertujuan untuk memecahkan masalah. Maka dari itu perlu untuk mengawali penelitian dari suatu masalah, agar dapat memecahkan masalah tersebut.

Menurut Emory (1985) penelitian murni atau terapan, semuanya harus diawali oleh suatu masalah. Pada penelitian terapan hasilnya langsung dapat digunakan untuk memecahkan masalah. Menurut Best dan Khan (2006) bila dalam suatu penelitian sudah ditemukan masalah, maka sesungguhnya 50% penelitian tersebut telah selesai. Maka dari itu, menemukan masalah penelitian bukanlah suatu yang mudah. Namun jika masalah dalam penelitian sudah ditemukan maka penelitian dapat secepatnya dilakukan.

Masalah adalah merupakan penyimpangan antara yang seharusnya dengan yang terjadi, antara teori dengan praktik, antara perencanaan, antara aturan dengan pelaksanaan. Masalah adalah merupakan penyimpangan antara apa yang terjadi dengan apa yang diharapkan, atau penyimpangan dari norma, standar atau status quo. Masalah adalah suatu hal yang membuat seseorang ingin melaksanakan penelitian, sulit dicari, dan area yang menjadi perhatian peneliti.

Sumber masalah diantaranya yaitu

1. Terdapat penyimpangan antara pengalaman dan kenyataan

Banyak perubahan yang tidak diinginkan oleh orang-orang tertentu karena dapat menimbulkan masalah. Misalnya orang-orang yang bekerja dengan alat manual harus berubah menggunakan computer, maka akan timbul masalah yaitu masalah penggunaan alat

2. Terdapat penyimpangan antara apa yang telah direncanakan dan kenyataan

Suatu rencana atau kebijakan yang telah ditetapkan tetapi hasilnya tidak sesuai dengan tujuan rencana tersebut, maka akan timbul masalah

3. Ada pengaduan

Dalam suatu organisasi yang tadinya tidak ada masalah ternyata ada pihak tertentu yang mengadukan produk maupun pelayanan yang diberikan, maka timbul masalah di organisasi tersebut

4. Ada kompetisi

Adanya saingan atau kompetisi yang dapat menimbulkan masalah besar bila tidak dapat memanfaatkan untuk kerjasama.

Menurut Richey dan Kelin (2020), sumber masalah pada penelitian dan pengembangan ada di tempat kerja, perkembangan teknologi dan hasil penelitian.

1. Tempat kerja

Sumber utama dalam perancangan produk adalah tempat kerja. Richey dan Kelin mengatakan bahwa kondisi tempat kerja merupakan sumber utama untuk menemukan masalah kemudian memecahkan masalah tersebut menggunakan produk baru.

2. Teknologi

Sumber masalah selanjutnya yaitu teknologi. Teknologi merupakan suatu benda yang diciptakan oleh manusia dan memiliki banyak untuk manusia. Dahulu kala teknologi yang diciptakan manusia diawali dengan produk-produk sederhana, namun kita teknologi sudah memiliki banyak inovasi.

Pada penelitian dan pengembangan, sebuah rancangan haruslah mengikuti teknologi yang terbaru dan memiliki inovasi. Produk yang dihasilkan dari teknologi inovasi akan memiliki nilai yang lebih dibandingkan dengan produk lain.

3. Hasil penelitian

Masalah adalah sebuah penyimpangan dari teori dan praktik, maka sebuah masalah penelitian dan pengembangan dapat berasal dari teori.

Menggunakan teori tersebut peneliti dapat menemukan sebuah masalah, kemudian dirancang sebuah produk untuk mengatasi masalah tersebut.

Masalah memiliki beberapa kriteria tertentu, berikut ini adalah faktor masalah pada penelitian :

1. *Significant* atau penting
Merupakan masalah yang penting, sehingga apabila tidak diselesaikan dengan cepat akan mengakibatkan dampak
2. *Feasible*
Masalah tersebut didasarkan pada sumber daya manusia atau sumber daya lain yang dapat mendukung pemecahan masalah tersebut
3. *Benefical* atau bermanfaat
Jika masalah tersebut dapat dipecahkan, maka akan mendapat keuntungan

Masalah yang baik dapat penelitian adalah masalah yang baru, original, signifikan, *feasible*, memiliki nilai pasar, dan *benefical*.

1. Baru
Masalah yang baru adalah masalah yang sebelumnya belum pernah ada. Karena masalah baru, maka produk yang dikembangkan juga produk baru
2. Original
Merupakan masalah original yang ditemukan oleh penelitinya dan belum ditemukan oleh orang lain

sebelumnya, sehingga kemungkinan akan memperoleh hak paten

3. Signifikan

Merupakan masalah penting yang juga memiliki nilai tambah, sehingga jika masalah tersebut dapat dipecahkan tidak akan menimbulkan dampak negative

4. *Feasible*

Merupakan masalah yang dapat dipecahkan oleh sumber daya manusia dan juga bantuan sumber daya yang lainnya

5. Memiliki nilai pasar

Jika masalah tersebut dapat dipecahkan oleh produk tertentu, maka produk tersebut akan banyak yang membutuhkan

6. *Beneficial*

Jika masalah tersebut dapat dipecahkan dengan produk tertentu, maka produk tersebut dapat dijual dan memperoleh keuntungan

Rumusan masalah berbeda dengan masalah. Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data. Bentuk rumusan masalah dalam penelitian terdapat empat bentuk

1. Rumusan masalah deskriptif

Suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variable yang terkait dengan produk secara mandiri, pada hanya satu variable atau lebih. Pada penelitian ini, peneliti

tidak membuat perbandingan variabel dan mencari hubungan dengan variabel lain.

Contoh perumusan masalah deskriptif

- a. Seberapa tinggi produktivitas kerja pegawai sebelum menggunakan mesin baru?
- b. Seberapa tinggi produktivitas kerja pegawai sesudah menggunakan mesin baru?

2. Rumusan masalah komparatif

Pertanyaan penelitian yang membandingkan keberadaan satu variable atau lebih pada waktu atau temat yang berbeda.

Contoh perumusan masalah komparatif

- a. Adakah perbedaan produktifitas kerja pegawai sebelum dan sesudah menggunakan mesin baru?
- b. Adakah perbedaan hasil belajar siswa sebelum dan sesudah guru menggunakan media pendidikan berbasis computer?

3. Rumusan masalah kausal

Pertanyaan penelitian yang menanyakan pengaruh penggunaan produk/mesin/alat/media tertentu hasil/produktifitas kerja

Contoh perumusan masalah kausal

- a. Seberapa besar pengaruh penggunaan produk/alat/mesin terhadap produktifitas karyawan di PT Samudera?
- b. Seberapa besar pengaruh penggunaan model pembelajaran konstekstual terhadap hasil belajar siswa dalam fisika?

4. Rumusan masalah kausal-komparatif
Pertanyaan penelitian yang menanyakan perbandingan pengaruh penggunaan produk/mesin/alat/ media antara tempat tertentu dengan tempat lain atau waktu tertentu dengan waktu lain.
Contoh perumusan masalah kausal-komparatif
 - a. Adakah perbedaan pengaruh media pembelajaran berbasis computer terhadap hasil belajar anatar sekolah di Kabupaten A dan Kabupaten B?
5. Rumusan masalah stuktural
Pertanyaan penelitian terhadap struktur / *performance* produk secara keseluruhan.
Contoh perumusan masalah strukturan
 - a. Apakah penampilan produk tersebut menarik perhatian orang melihatnya?

Metode penelitian yang dapat digunakan untuk menemukan masalah sama dengan metode untuk menggali potensi, yaitu menggunakan metode kualitatif, kuantitatif dan menggunakan metode kombinasi. Langkah-langkah menemukan masalah yaitu

1. Penelitian lapangan
Penelitian lapangan dilakukan untuk mendapatkan data tentang masalah pada suatu objek
2. Deskripsi masalah
Masalah yang telah didapatkan kemudian diidentifikasi dan dideskripsikan dengan lengkap , akurat dan *up to date*

3. Penilaian masalah

Selanjutnya masalah tersebut diberi nilai untuk menentukan masalah manakan yang akan dipecahkan terlebih dahulu

4. Masalah terpilih

Masalah yang telah diberi nilai kemudian dipilih desain produk. Produk mulai dikembangkan untuk memecahkan masalah

Untuk menemukan masalah dapat dilakukan penelitian terlebih dahulu. Penelitian tersebut diantaranya menggunakan metode kuantitatif, kualitatif dan kombinasi.

1. Metode kuantitatif

Metode kuantitatif merupakan metode yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi suatu masalah. Pada metode kuantitatif dibutuhkan kejelasan populasi dan instrument.

2. Metode kualitatif

Metode kualitatif juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi masalah. Bahkan dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian yang tidak terpendam atau tidak nampak dapat diungkap. Langkah utama dalam penelitian kualitatif adalah *describing, classifying/categorizing* dan *connecting*.

3. Metode kombinasi

Metode kombinasi merupakan metode yang sempurna dalam mengidentifikasi masalah. Pada penelitian ini, diawali dengan menentukan sampel random

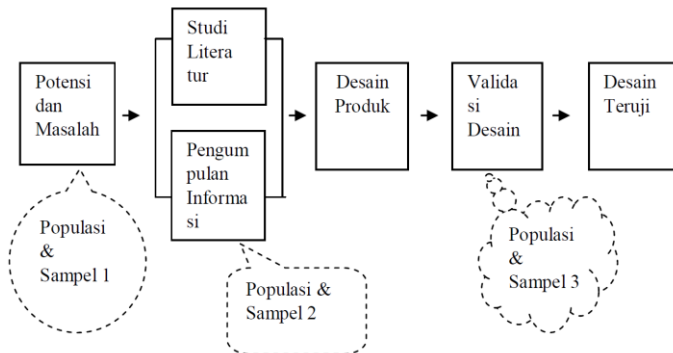
(kuantitatif) yang akan diberi instrument, kemudian informan (kualitatif) yang akan diwawancarai.

B. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel pada R&D akan tergantung pada level penelitiannya. Telah dikemukakan secara metodologis bahwa R&D memiliki 4 level yang dapat dilihat dari tingkat kesulitannya.

1. Populasi dan sampel pada penelitian dan pengembangan level 1

Pada level ini peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui potensi dan masalah yang ada dalam suatu objek. Pada level ini peneliti tidak menciptakan rancangan dan tidak menguji produk secara eksternal, melainkan hanya mengetahui potensi dan masalah melalui uji internal. Hasil penelitian ini adalah berupa rancangan produk. Berikut adalah populasi dan sampel pada penelitian dan pengembangan level 1



Gambar 5. Populasi dan Sampel pada Penelitian dan Pengembangan Level 1

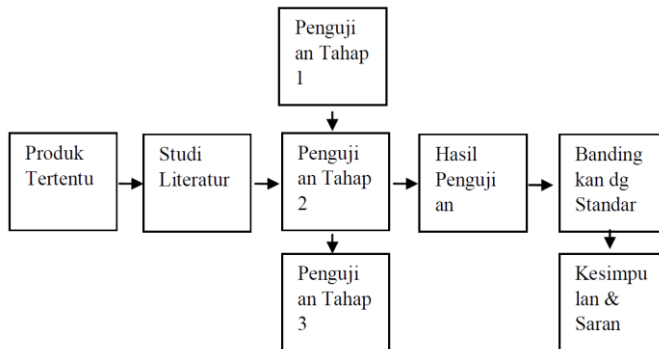
Populasi dan sampel 1 atau informan diperlukan pada tahap pengumpulan data pertama, untuk menggali potensi dan masalah. Bila peneliti menggunakan metode kuantitatif maka dapat menetapkan populasi dan sampel secara random, sedangkan bila menggunakan metode kualitatif peneliti bisa menetapkan informan sebagai sumber data yang dipilih secara *purposive* dan *snowball sampling*.

Populasi dan sampel 2 diperlukan jika peneliti ingin menggali dari sumber data tersebut untuk mengetahui produk apa yang diperlukan pada tempat yang diteliti. Selanjutnya populasi dan sampel 3 ditentukan jika peneliti ingin menguji rancangan produk secara internal, dilakukan dengan cara meminta pendapat dan saran atas rancangan yang telah dikembangkan peneliti.

Penelitian ini hanya digunakan jika ingin membuat rancangan produk saja, oleh karena itu peneliti hanya melakukan pengujian internal saja dengan para ahli.

2. Pengumpulan pada penelitian dan pengembangan level 2

Penelitian ini tidak membuat rancangan produk melalui penelitian tapi hanya memvalidasi atau menguji efektivitas. Berikut ini populasi dan sampel pada penelitian dan pengembangan level 2.



Gambar 6. Populasi dan Sampel pada Penelitian dan Pengembangan Level 2

Pada level 2, populasi dan sampel sebagai sumber data penelitian dan pengembangan digunakan pada saat pengujian produk tahap 1, 2, dan 3. Pengujian menggunakan metode eksperimen sehingga teknik pengumpulan data menggunakan *test*, dan melakukan pengamatan saat produk sedang diuji, serta melakukan wawancara kepada subjek/sampel/informan yang terlibat.

3. Pengumpulan pada penelitian dan pengembangan level 3 (mengembangkan produk yang telah ada)

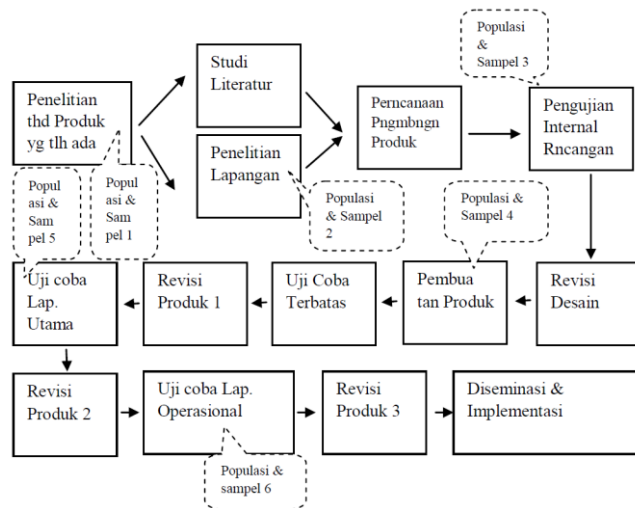
Pada proses ini meneliti dan menguji produk dalam rangka mengembangkan produk yang telah ada. Melalui pengembangan diharapkan produk semakin efektif, efisien, dan memuaskan.

Pada level 3 populasi dan sampel sebagai sumber data pada penelitian dan pengembangan yang bersifat mengembangkan produk yang telah ada. Terdapat 6 populasi dan sampel yang digunakan

sebagai sumber data dalam penelitian. Populasi dan sampel 1 digunakan sebagai sumber data untuk memperoleh data terhadap produk yang telah ada, sedangkan populasi dan sampel 2 digunakan sebagai sumber data mengetahui apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhan lapangan atau tidak.

Populasi dan sampel 4 digunakan untuk sumber data untuk memperoleh data dari hasil uji coba lapangan terbatas. Populasi dan sampel 5 digunakan sebagai sumber data untuk memperoleh hasil uji coba lapangan operasional.

Berikut ini adalah gambar populasi dan sampel pada level 3

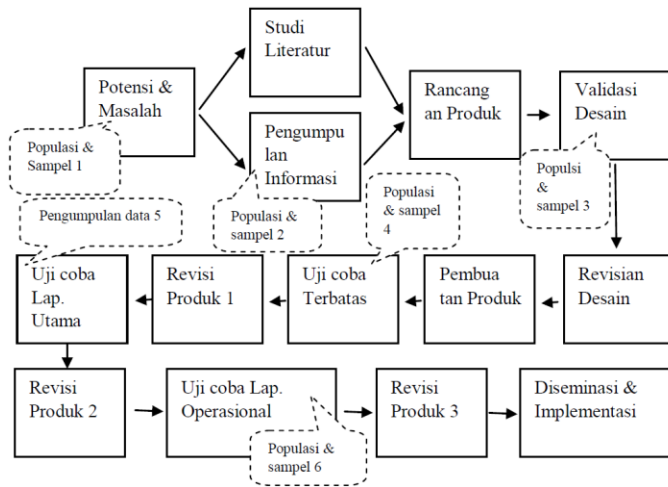


Gambar 7. Populasi dan Sampel pada Penelitian dan Pengembangan Level 2

4. Populasi dan sampel atau informan penelitian dan pengembangan level 4

Pada level 4 terdapat 6 jumlah populasi dan sampel yang digunakan. Pada level ini peneliti melakukan penelitian dan pengujian untuk menciptakan produk baru.

Berikut ini adalah gambar populasi dan sampel pada level 4



Gambar 8. Populasi dan Sampel pada Penelitian dan Pengembangan Level 2

Pada level 4, populasi dan sampel informan 1 digunakan sebagai sumber data untuk menemukan masalah dan potensi yang ada disuatu objek penelitian sehingga data yang diperoleh bisa digunakan sebagai pertimbangan dalam membuat rancangan produk. Populasi dan sampel informan 2 digunakan sebagai sumber data untuk memperoleh

data dalam rangka membuat design, disini peneliti mempertimbangkan rancangan produk seperti apa yang perlu dibuat.

Populasi dan sampel 3 digunakan sebagai sumber data untuk menguji rancangan atau design produk. Pada tahap ini peneliti meminta pendapat tentang rancangan produk yang akan dibuat. Populasi dan sampel 4 digunakan untuk pengujian lapangan awal/terbatas. Populasi dan sampel atau informan ke-5 digunakan untuk pengujian lapangan utama. Populasi dan sampel atau informan ke 6 digunakan untuk menguji lapangan operasional.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik / sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Sampel pada penelitian kuantitatif adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi , misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Teknik sampling sendiri pada umumnya dibagi menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* terdiri dari *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, dan area (*cluster*) sampling (menurut daerah sampling). Kemudian *nonprobability sampling* terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota, sampling incidental, *purposive* sampling, sampling jenuh, dan *snowball* sampling.

1. Probability sampling

Teknik ini merupakan pengambilan sampel yang diberikan peluang yang sama pada setiap unsur populasi untuk kemudian dipilih menjadi sampel. Probability sampling diantaranya yaitu

a. *Simple random sampling*

Pengambilan populasi dilakukan secara acak tanpa adanya starta pada populasi itu

b. *Proportionate stratified random sampling*

Teknik ini digunakan bila pada populasi terdapat unsur yang tidak homogeny dan berstrata secara proporsional

c. *Disproportionate stratified random sampling*

Teknik ini digunakan jika populasi berstrata tapi kurang proporsional.

d. *Cluster sampling* (area sampling)

Teknik ini digunakan jika objek atau sumber data yang diteliti sangat luas.

2. Nonprobability sampling

Teknik yang tidak memberi ruang/kesempatan kepada anggota populasi untuk menjadi sampel. Nonprobability sampling dibagi menjadi beberapa jenis yaitu

a. Sampling sistematis

Pada teknik ini, populasi sudah diberi nomor urut

b. Sampling kuota

Teknik ini menentukan sampel dengan ciri-ciri tertentu dan dengan menentukan kuota yang dikehendaki

c. Sampling incidental

Teknik penelitian yang dilakukan secara kebetulan, misalnya seseorang yang kebetulan bertemu dengan peneliti

d. Sampling jenuh

Teknik pengambilan sampel jika seluruh anggota populasi digunakan sebagai sampel. Umumnya teknik ini digunakan jika populasi dengan jumlah kecil atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan sangat kecil.

e. Sampling purposive dan snowball

Teknik ini digunakan pada metode kualitatif, sumber data penelitian pada teknik ini ditetapkan dengan pertimbangan tertentu. *Snowball* adalah teknik pengambilan data

yang awal jumlahnya sedikit kemudian menjadi banyak.

C. Instrumen dan Skala Pengukuran

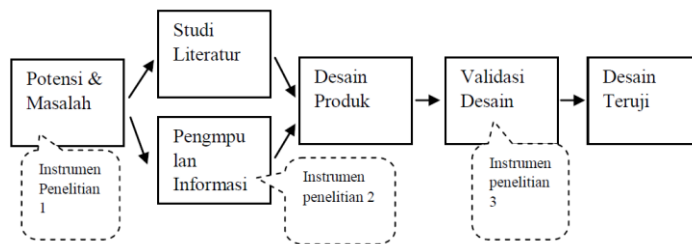
Instrumen penelitian merupakan alat untuk mengumpulkan data. Instrument adalah berbagai alat ukur yang digunakan secara sistematis untuk mengumpulkan data, seperti tes, kuesioner, dan pedoman wawancara. Terdapat dua instrument dalam penelitian dan pengembangan yaitu instrument yang digunakan untuk mengukur validasi produk yang berupa barang dan instrument yang digunakan untuk mengukur validitas produk yang bukan barang.

Jenis dan jumlah instrument dalam penelitian dan pengembangan tergantung pada desain atau level penelitian dan pengembangannya, diantaranya yaitu

1. Instrument pada penelitian dan pengembangan level 1

Pada level ini peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui potensi dan masalah yang ada dalam suatu objek.

Berikut adalah gambar pada instrument penelitian dan pengembangan level 1.



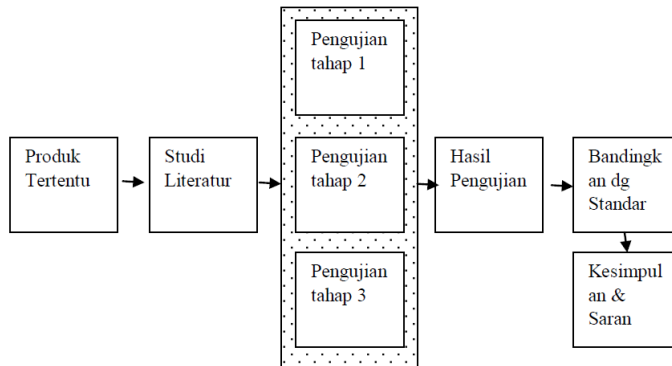
Gambar 9. Instrumen Penelitian dan Pengembangan Level 1

Pada instrument penelitian 1 (mencari potensi dan masalah) instrumen dapat berupa kuesioner atau lembar untuk wawancara dan observasi. Kemudian pada instrument penelitian 2 (pengumpulan informasi) instrument dapat berupa kuesioner dan lembar wawancara.

Pada instrument penelitian 3 (tahap validasi design) instrument dapat berupa kuesioner dan pedoman wawancara, digunakan untuk mengumpulkan data dalam pengujian berdasarkan internal terhadap rancangan produk.

2. Instrument penelitian pada penelitian dan pengembangan level 2

Penelitian ini tidak membuat rancangan produk melalui penelitian, tetapi hanya validasi atau menguji efektivitas, efisiensi dan kepraktisan dan penggunaan produk yang sudah ada. Instrument penelitian di level ini hanya dibutuhkan satu sajian digunakan untuk pengumpulan data secara konsisten. Instrument penelitian tersebut berupa lembar pengamatan pada saat produk diuji.



Gambar 10. Instrumen Penelitian dan Pengembangan Level 2

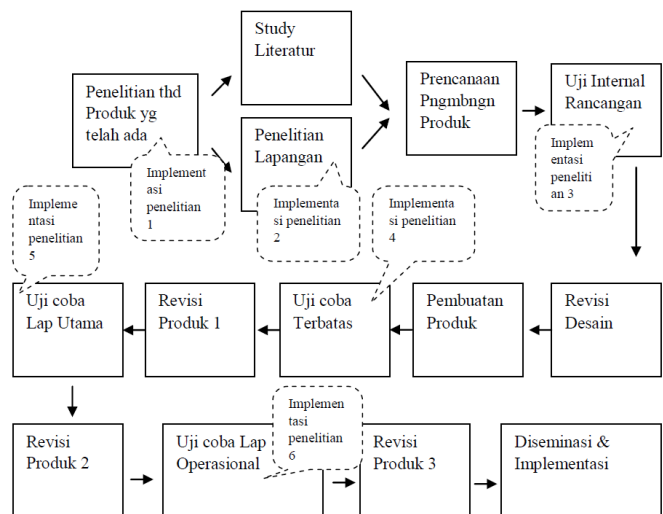
3. Instrument penelitian pada penelitian dan pengembangan level 3

Pada proses ini meneliti dan menguji produk dalam rangka mengembangkan produk yang telah ada. Pada proses ini menggunakan enam instrument untuk pengumpulan data. Instrument 1 digunakan untuk meneliti produk yang ada, instrument berupa kuesioner, lembar pengamatan dan pedoman observasi. Instrument 2 digunakan untuk mengumpulkan data dalam untuk membuat rancangan produk dalam rangka pengembangan produk yang ada., instrument berupa kuesioner dan pedoman wawancara.

Instrument 3 digunakan untuk mengumpulkan data dalam pengujian internal terhadap rancangan yang telah dibuat, isntrumen berupa kuesioner dan pedoman wawancara. Instrument 4 digunaan untuk pada saat pengujian lapangan terbatas pada produk

awal, instrument berupa lembar observasi dan pedoman wawancara. Instrumen 5 digunakan untuk mengumpulkan data dalam pengujian lapangan utama, instrument berupa lembar observasi dan wawancara. Instrument 6 digunakan untuk mengumpulkan data dalam pengujian lapangan operasional, instrument berupa lembar observasi dan wawancara.

Berikut adalah gambar instrument pada penelitian dan pengembangan level 3



Gambar 11. Instrumen Penelitian dan Pengembangan Level 3

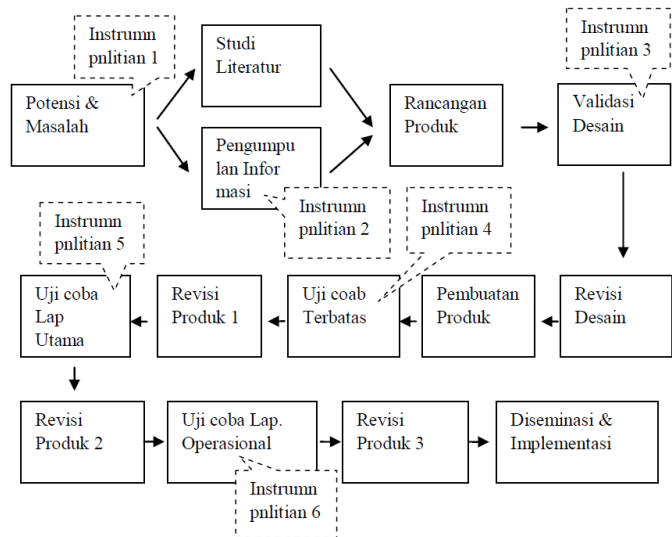
4. Instrument penelitian pada penelitian dan pengembangan level 4

Pada level ini meneliti dan menguji untuk menciptakan produk baru. Ada 6 instrumen penelitian yaitu instrument 1 yaitu instrument untuk

menggali potensi dan masalah yang ada pada objek, instrument berupa lembar observasi, kuesioner, lembar wawancara. Instrument 2 untuk mengumpulkan data dalam rangka menentukan produk apa yang perlu diciptakan, instrument berupa kuesioner atau panduan wawawancara. Instrument 3 untuk mengumpulkan data dalam pengujian internal terhadap rancangan yang telah dibuat, instrument berupa lembar observasi dan pedoman wawancara.

Instrument 4 untuk mengumpulkan data pada saat pengujian lapangan terbatas terhadap produk awal, instrument berupa lembar observasi dan pedoman wawancara. Instrument 5 untuk mengumpulkan data dalam pengujian lapangan utama, instrument berupa lembar observasi dan wawancara. Instrument 6 untuk mengumpulkan data dalam pengujian lapangan operasional, instrument berupa lembar observasi dan wawancara.

Berikut ini gambar instrument pada level 4 penelitian dan pengembangan



Gambar 12. Instrumen Penelitian dan Pengembangan Level 4

Untuk pengukuran kinerja produk yang bukan barang, memiliki 2 jenis tes yaitu berupa tes dan bukan tes. Tes merupakan instrument yang jawabannya benar atau salah, biasanya digunakan untuk mengukur potensi, kemampuan, pengetahuan, kinerja dan keterampilan. Instrument bukan tes biasanya digunakan untuk mengukur sikap atau mengukur potensi, kemampuan, pengetahuan dan keterampilan. Jawaban dalam instrument bukan benar salah, tapi baik buruk, positif negative, setuju tidak setuju, dan lain-lain.

Skala pengukuran merupakan acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila

digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala sikap yang dapat digunakan dalam penelitian dan pengembangan adalah

1. Skala likert

Skala likert berguna bila peneliti ingin melakukan pengukuran secara keseluruhan tentang suatu topik, pendapat dan pengalaman. Pada R&D skala likert digunakan untuk mengembangkan instrument yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, pendapat seseorang atau kelompok orang terhadap potensi dan permasalahan suatu objek, rancangan atau produk, proses membuat produk dan produk yang telah dikembangkan atau diciptakan.

Pada skala likert memiliki jawaban item yang bergradasi, yaitu dari yang sifatnya sangat positif hingga sangat negatif. Beberapa kata yang sering digunakan pada skala likert yaitu diantaranya

- | | |
|------------------------|------------------|
| a. Sangat setuju | a) Selalu |
| b. Setuju | b) Sering |
| c. Ragu-ragu | c) Kadang-kadang |
| d. Tidak setuju | d) Tidak pernah |
| e. Sangat tidak setuju | |
-
- | | |
|--------------------|----------------------|
| a. Selalu | a. Sangat baik |
| b. Positif | b. Baik |
| c. Negatif | c. Tidak baik |
| d. Sangat negative | d. Sangat tidak baik |

Sedangkan pada pemberian skor pada analisis kuantitatifnya adalah sebagai berikut :

1. Setuju/selalu.sangat positif diberi skor 5
2. Setuju/sering/positif diberi skor 4
3. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor 3
4. Tidak setuju/hamper tidak pernah/negative diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor 1

Instrument penelitian pada skala likert dibuat dalam bentuk lembar *checklist* ataupun pilihan ganda.

2. Skala guttman

Penelitian dengan skala guttman dilakukan bila ingin mendapatkan jawaban yang tegas terhadap suatu permasalahan yang ditanyakan. Jawaban pada skala guttman yaitu “ya-tidak”, “benar-salah”, “pernah-tidak pernah”, dan lain-lain. Skala guttman hanya memiliki dua interval yaitu “setuju” dan “tidak setuju”. Jawaban yang dihasilkan oleh skala guttman lebih bersifat tegas.

3. Semantic differential

Semantic differential dikembangkan oleh Osgood. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap persepsi dan pendapat, bentuknya tidak pilihan ganda maupun *checklist* tapi tersusun dalam baris kontinum yang jawabannya sangat positif terletak di kanan baris, yang sangat tidak positif terletak di bagian kiri garis. Kegunaan skala ini untuk mengukur kinerja produk atau nilai variabel berdasarkan responden.

4. Rating scale

Dari ketiga skala sebelumnya, data yang ditemukan adalah data kualitatif kemudian diubah menjadi data kuantitatif. Tetapi dengan *rating scale* data mentah yang diperoleh berupa angka kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif. *Rating scale* lebih fleksibel tidak hanya untuk mengukur sikap tetapi juga dapat untuk mengukur alat, status ekonomi, pengetahuan, kemampuan dan lain-lain.

D. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan inti dari kegiatan penelitian. Menurut Richey dan Klein data yang dikumpulkan peneliti akan tergantung pada rumusan masalah dan hipotesis. Pada R&D ada 4 level macam desain, desain 1 yaitu meneliti tanpa menguji, desain 2 menguji tanpa meneliti, desain 3 meneliti dan menguji untuk mengembangkan produk yang telah ada, dan desain 4 meneliti dan menguji untuk menciptakan produk baru.

Berikut fungsi pengumpulan data ke 4 desain tersebut

1. Teknik pengumpulan data pada penelitian dan pengembangan level 1

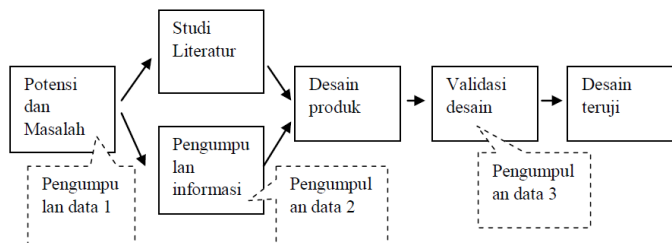
Pada level ini peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui potensi dan masalah yang ada dalam suatu objek. Kegiatan pengumpulan data dilakukan saat melakukan penelitian (*research*) untuk mengetahui potensi masalah yang akan digunakan. Hasil dari akhir penelitian adalah

rancangan produk, rancangan tersebut diuji internal melalui pendapat ahli dan praktisi.

Pada tahap pertama dilakukan dengan tujuan untuk menggali potensi dan masalah yang ada pada suatu objek. Pengumpulan data yang dilakukan tergantung pada metode yang digunakan untuk menggali potensi pada objek. Jika penelitian menggunakan metode kualitatif maka instrument yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dokumentasi dan triangulasi, jika menggunakan metode kuantitatif maka instrument yang digunakan adalah instrument jika kombinasi maka menggunakan keduanya.

Pada tahap kedua, melakukan perancangan dan spesiikasi pada produk tersebut melalui pengumpulan data yang telah dilakukan. Kemudian tahap ketiga adalah pengumpulan data untuk memperoleh data berdasarkan pengujian internal rancangan. Pengujian tersebut dilakuakn oleh ahli dan praktisi.

Berikut ini gambar posisi pengumpulan data level 1



Gambar 13. Posisi Pengumpulan Data dalam penelitian dan Pengembangan Level 1

Hasil dari penelitian tersebut diantaranya yaitu

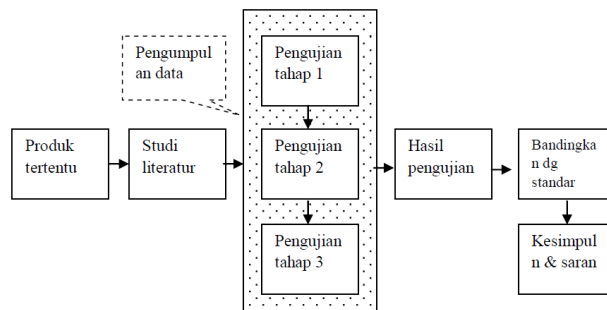
- a. Rancangan disetujui tanpa revisi
- b. Rancangan disetujui dengan revisi
- c. Rancangan tidak disetujui

Pada level ini, hasil dari penelitian akan lebih akurat jika metode yang digunakan adalah metode kombinasi.

2. Teknik pengumpulan data pada penelitian dan pengembangan level 2

Pada level ini, penelitian tidak membuat rancangan produk melalui penelitian, tetapi hanya memvalidasi atau menguji efektivitas, efisiensi, dan kepraktisan penggunaan produk. Pengumpulan data pada level 2 dilakukan saat penelitian untuk pengujian produk tahap 1, 2, dan 3. Pengujian yang digunakan yaitu metode eksperimen, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu tes, kemudian juga melakukan pengamatan saat produk sedang diuji, dan wawancara kepada subjek yang terlibat dalam pengujian.

Berikut ini gambar pengumpulan data pada level 2



Gambar 13. Posisi Pengumpulan Data dalam penelitian dan Pengembangan Level 2

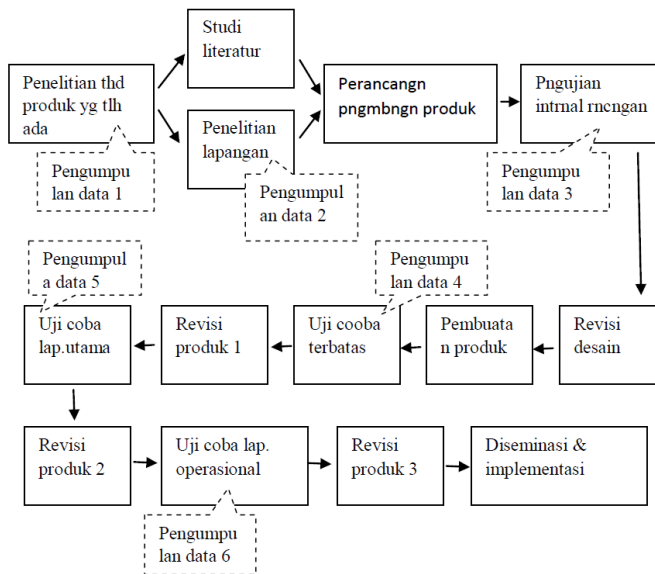
3. Teknik pengumpulan data pada penelitian dan pengembangan level 3

Pada level ini meneliti dan menguji produk dalam rangka mengembangkan produk yang telah ada. Melalui pengujian ini, diharapkan produk dapat lebih eekt, eisien, praktis, menarik dan memuaskan. Terdapat 6 kegiatan dalam pengumpulan data.

Pada tahap 1 dilakukan untuk memperoleh data terhadap produk yang ada, baik aspek bentuk, *performance* maupun spesifikasinya. Kemudian pada tahap 2 dilakukan untuk mengetahui apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhan lapangan atau tidak. Pada tahap 3 untuk memperoleh data hasil pengujian internal yang dilakukan oleh ahli dan praktisi terhadap rancangan / desain baru yang telah dibuat.

Pada tahap 4 pengumpulan data untuk memperoleh data dari hasil uji coba lapangan terbatas. Tahap 5 pengumpulan data untuk memperoleh data hasil uji coba lapangan utama (*main field testing*), kemudian tahap 6 untuk mengetahui hasil uji coba lapangan operasional (*operational field testing*).

Berikut adalah gambar pengumpulan data pada tahap 3.



Gambar 14. Posisi Pengumpulan Data dalam penelitian dan Pengembangan Level 3

4. Teknik pengumpulan data pada penelitian dan pengembangan level 4

Pada level ini meneliti dan menguji dalam menciptakan produk baru. Pengumpulan data pada level 4 ada sebanyak 6 tahap. Tahap 1 dilakukan melalui populasi dan sampel atau informan saat pengumpulan data untuk menemukan masalah dan potensi yang ada disuatu objek, data yang diperoleh digunakan sebagai pertimbangan. Kemudian tahap 2 diperlukan saat membuat akan membuat desain / rancangan, peneliti mempertimbangkan sampel / informan tentang rancangan produk seperti apa yang akan dibuat.

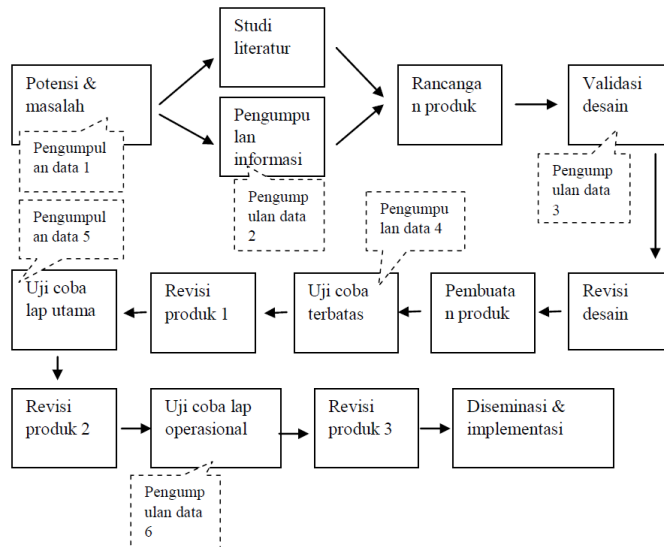
Kemudian pada tahap ke 3 diperlukan saat menguji rancangan / desain. Peneliti meminta pendapat ahli dan praktisi terhadap rancangan produk, yang kemudian digunakan untuk merevisi produk. Data tersebut kemudian digunakan untuk merevisi produk. Teknik pengumpulan data dapat menggunakan kuesioner, wawancara, FGD, dan model Delphi. Setelah revisi kemudian produk dibuat yang masih bersifat prototype / model.

Produk tersebut kemudian diuji dilapangan terbatas (*preliminary field testing*), dalam ini diperlukan pengumpulan data tahap 4) dengan pengamatan, wawancara, dan kuesioner. Hasil data uji coba terbatas tersebut selanjutnya dianalisis dan hasilnya untuk revisi produk.

Setelah diperbaiki kemudian diuji kembali dengan uji lapangan utama (*main field testing*). Selama pengujian dibutuhkan data (tahap 5). Setelah pengujian kemudian dianalisis, kemudian disimpulkan. Tahap 6 adalah pengumpulan data pada saat pengujian lapangan operasional produk (*operational field testing*).

Jika hasil kesimpulan belum sesuai dengan diseminasi, maka perlu dilakukan revisi hingga sesuai dengan spesifikasi. Jika produk sudah sesuai dengan spesifikasi maka produk tersebut dapat diproduksi secara massal dan seluruh masyarakat dapat menggunakannya.

Berikut ini gambar pengumpulan data pada level 4



Gambar 15. Posisi Pengumpulan Data dalam penelitian dan Pengembangan Level 4

Pada penelitian kuantitatif metode pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara, diantaranya yaitu

1. Pengumpulan data dengan tes

Menurut Antasari (1982) tes merupakan pengukuran yang objektif dan standar. Cronbach mengatakan bahwa tes adalah prosedur yang sistematis guna mengobservasi dan memberi deskripsi sejumlah atau lebih mengenai ciri orang dengan bantuan skala nomerik atau menggunakan sistem kategoris. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tes adalah prosedur yang sistematis.

Penelitian ini untuk mengetahui kondisi awal sebelum diberi perlakuan dengan menggunakan produk baru. Pengumpulan data dengan tes dilakukan dengan cara memberi sejumlah pertanyaan kepada subjek yang diteliti untuk menjawab jawaban dari pertanyaan berupa “benar / salah”, data yang dihasilkan berupa angka. Ada dua macam tes yang dilakukan yaitu *pretest* dan *posttest*.

Pengumpulan data melalui tes dapat digunakan untuk menguji beberapa hal, seperti menguji mesin, alat, sistem dan lain-lain. Barang atau produk tersebut dites kemampuannya, terutama indikator kemampuan spesifikasi produk tersebut. Selain menggunakan tes, pengujian produk juga dapat digunakan melalui pengamatan produk selama produk tersebut masih dalam masa uji coba.

Pengumpulan data dengan tes dilakukan pada saat pengujian produk yang bukan barang, seperti pengujian kebijakan, model pembelajaran, model pemberdayaan masyarakat dll. Kemudian pengujian dilakukan dengan cara uji coba, pengumpulan data dengan tes, dan pengamatan selama proses tersebut.

2. Wawancara terstruktur

Menurut Cresswell (2012) wawancara dilakukan dengan merekam jawaban atas pertanyaan yang diberikan kepada responden. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden menggunakan pedoman wawancara, mendengarkan jawaban responden, mengamati perilaku responden, dan merekam semua jawaban yang diberikan responden.

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dimana peneliti melakukan pengumpulan data menggunakan suatu pertanyaan yang diajukan kepada narasumber. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan bila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan dan potensi yang harus diteliti, dan juga bila peneliti ingin mengetahui pendapat, keinginan dan lain-lain dari responden. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri (*self report*), atau setidaknya pada pengetahuan pribadi atau keyakinan.

Wawancara dapat dilakukan dengan terstruktur atau tidak terstruktur. Wawancara terstruktur adalah teknik pengumpulan data bila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu pewawancara sudah menyediakan instrument berupa pertanyaan-pertanyaan yang dibuthkan untuk wawancara. Pada pelaksanaan wawancara dibutuhkan beberapa alat bantu seperti *tape recorder*, video, *camera*, gambar, brosur dan material lain.

3. Observasi / pengamatan terstruktur

Menurut Sutrisno Hadi (1986) observasi merupakan proses yang kompleks, suatu proses yang disusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Diantara hal tersebut yang terpenting adalah pengamatan dan ingatan. Teknik ini digunakan jika hal penelitian berhubungan perilaku manusia, proses

kerja, gejala-gejala alam dan jika responden yang diamati tidak besar.

Observasi memiliki ciri berupa wawancara dan kuesioner, jika wawancara dan kuesioner berkomunikasi dengan orang maka observasi tidak terbatas dengan orang melainkan dengan objek-objek alam yang lain. Observasi merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati orang atau proses kerjasuatu produk ditempat pada saat melakukan penelitian.

Dari segi proses observasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu *participant observation* dan *non participant observation*. Kemudian dari segi instrumensasi dibedakan menjadi observasi terstruktur (dirancang secara sistematis) dan tidak terstruktur. Observasi banyak digunakan untuk mengamati perilaku orang atau bukan orang (proses kerja mesin,dll).

Teknik pengumpulan observasi akan menghasilkan data yang paling akurat jika dibandingkan dengan wawancara, kuesioner, dokumentasi dan lain-lain. Observasi terstruktur merupakan observasi yang telah dirancang sistematis, mengenai hal yang akan diamati, kapan waktunya dan dimana lokasinya. Jadi observasi terstruktur dilakukan jika peneliti sudah benar-benar mengetahui dengan pasti akan hal-hal tersebut.

4. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner

Menurut Creswell (2012) kuesioner merupakan titik pengumpulan data dimana partisipan responden mengisi pertanyaan dan pernyataan dan kemudian setelah diisi dengan lengkap dikembalikan kepada peneliti. Sedangkan menurut Larry Cristensen (2004) kuesioner merupakan instrument pengumpulan data dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan dan pernyataan yang diberikan oleh peneliti.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dimana partisipasi responden mengisi pertanyaan/pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap dikembalikan kepada peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian dan tingkah laku. Kuesioner juga cocok digunakan jika jumlah sampel besar dan tersebar di wilayah yang luas.

Kuesioner memiliki tipe pertanyaan terbuka dan tertutup. Data yang diperoleh dari kuesioner pertanyaan tertutup adalah data kuantitatif berupa skoring. Menurut Uma Sekar (1992) ada beberapa prinsip yang harus diperhatikan saat membuat kuesioner, yaitu prinsip penulisan, pengukuran dan penampilan fisik.

a. Prinsip penulisan

Prinsip penulisan pada angket kuesioner berupa beberapa aspek yaitu isi dan tujuan pertanyaan, bahasa yang digunakan mudah, pertanyaan

tertutup dan terbuka, negative-positif, pertanyaan tidak mendua, tidak menanyakan hal-hal yang sudah lupa, pertanyaan tidak mengarahkan, panjang pertanyaan dan urutan pertanyaan.

1) Isi dan tujuan pertanyaan

Maksud isi dan tujuan pertanyaan adalah pertanyaan yang digunakan apakah bentuk pengukuran atau bukan? Jika pertanyaan tersebut bentuk pengukuran maka dalam membuat pertanyaan harus diteliti, setiap pertanyaan menggunakan skala yang tepat dan jumlah itemnya mencukupi untuk variabel yang diteliti

2) Bahasa yang digunakan

Bahasa yang digunakan harus sesuai dengan kemampuan responden. Jika responden mengalami kesulitan dalam Bahasa Indonesia, maka sebaiknya angket tidak disusun menggunakan Bahasa Indonesia.

3) Tipe dan bentuk pertanyaan

Ada dua tipe pertanyaan yaitu pertanyaan terbuka dan pertanyaan tertutup. Pertanyaan terbuka adalah pertanyaan yang mengharapkan responden menjawab dengan bentuk uraian. Pertanyaan tertutup akan membantu respon menjawab dengan cepat dan memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data.

- 4) Pertanyaan tidak mendua
Maksud dari pertanyaan tidak mendua adalah pertanyaan tersebut tidak *double barreled*, sehingga tidak menyulitkan responden dalam menjawab pertanyaan.
- 5) Tidak menanyakan hal-hal yang sudah lupa
Sebaiknya angket kuesioner tidak menanyakan hal-hal yang sudah terlalu lama dan membuat instrument lupa, atau membuat responden berfiikir berat.
- 6) Pertanyaan tidak menggiring
Pertanyaan di dalam angket sebaiknya tidak menggiring kepada jawaban yang baik atau jawaban yang jelek.
- 7) Panjang pertanyaan
Pertanyaan yang digunakan sebaiknya tidak terlalu panjang. Jika variabel banyak sebaiknya menggunakan maka instrument yang digunakan sebaiknya bervariasi agar responden tidak jenuh
- 8) Urutan pertanyaan
Pertanyaan pada angket dimulai dari pertanyaan dari hal umum menuju hal yang spesifik.
- 9) Prinsip pengukuran
Instrumen angket yang dibuat harus dapat digunakan untuk memperoleh data yang bersifat valid dan reliabel sesuai dengan variabel yang diukur. Instrumen yang tidak valid dan reliabel jika digunakan untuk

mengambil data maka hasilnya juga akan mendapatkan data yang tidak valid dan tidak reliabel.

10) Penampilan fisik angket

Penampilan angket juga akan mempengaruhi respon dari responden. Angket yang terbuat dari kertas buram akan mendapat respon yang kurang baik dari responden.

Pada teknik pengumpulan data dengan metode kualitatif yang menjadi instrument dan alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai instrument juga harus divalidasi, seberapa jauh peneliti siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun kelapangan. Yang melakukan validasi adalah peneliti sendiri, melalui evaluasi diri seberapa jauh pemahaman terhadap metode kualitatif, penguasaan teori dan wawasan terhadap bidang yang diteliti, serta kesiapan dan bekal memasuki lapangan.

Penelitian kualitatif digunakan saat suatu produk sedang digunakan, dan respon subjek dalam penggunaan sebuah produk. Pada penelitian kualitatif, peneliti adalah kunci (*the researcher is the key instrument*).

Beberapa teknik pengumpulan metode kualitatif adalah dengan cara berikut

1. Observasi

Observasi menurut Nasution (1988) adalah semua dasar ilmu pengetahuan. Ilmuan akan dapat bekerja jika memperoleh data berupa fakta yang diperoleh melalui observasi. Data tersebut dikumpulkan dengan bantuan berbagai alat yang

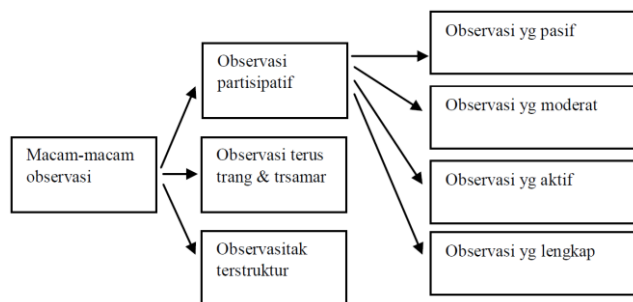
canggih sehingga benda-benda yang kecil maupun jauh dapat diobservasi dengan jelas.

Sanafiah Faisal (1990) mengatakan bahwa observasi dibagi menjadi beberapa yaitu observasi berpasrtisipasi (*participant observation*), observasi secara terang-terangan dan tersamar (*overt observation* dan *cover observation*). Spradley dan Susan Stainback (1988) membagi observasi menjadi 4 yaitu *passive participation*, *moderate participation*, *active participation* dan *complete participation*.

Observasi di bagi menjadi beberapa partisipasi, diantaranya yaitu

a. Observasi partisipatif

Peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan penelitian, peneliti juga melakukan yang dikerjakan oleh sumber data dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipan ini maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, sampai mengetahui pada tingkat dari setiap perilaku yang Nampak.



Gambar 16. Macam-macam Observasi

Susan Stainback (1998) mengatakan bahwa pada observasi partisipatif peneliti akan mengamati apa yang dikerjakan seseorang. Mendengarkan apa yang diucapkan dan berpartisipasi dalam aktifitas mereka. Observasi partisipatif dibagi menjadi empat yaitu

1) Partisipasi pasif (*passive participation*)

Pada penelitian ini, peneliti datang ke tempat kegiatan untuk mengamati tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut

2) Partisipasi moderat (*moderate participation*)

Pada penelitian ini, peneliti menjadi orang dalam dan orang luar. Peneliti mengikuti kegiatan pada tetapi tidak semuanya.

3) Partisipasi lengkap (*complete participation*)

Pada penelitian ini, peneliti sudah terlibat pada apa yang dilakukan oleh sumber data. Karena sudah terlibat suasananya menjadi natural dan tidak terlihat jika sedang meneliti.

b. Observasi terus terang atau tersamar

Peneliti menyatakan terus terang kepada sumber data bahwa sedang melakukan penelitian. Tetapi dalam suatu saat peneliti tidak perlu terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau data yang dicari merupakan data yang masih rahasia. Karena kemungkinan jika peneliti berterus terang tidak akan diijinkan

c. Observasi tak terstruktur

Observasi dilakukan dengan tidak terstruktur, karena fokus penelitian belum jelas. Fokus observasi akan berkembang selama waktu penelitian berlangsung. Jika masalah sudah jelas maka observasi dapat dilakukan secara teratur dengan menggunakan pedoman observasi.

Pada persiapannya, observasi tak terstruktur tidak menggunakan persiapan secara sistematis tentang apa yang akan diobservasi. Selama penelitian peneliti hanya menggunakan rambu-rambu penelitian tanpa menggunakan instrumen yang baku.

Manfaat dari observasi yaitu

- a. Peneliti akan lebih mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi sosial
- b. Peneliti akan memperoleh pengalaman langsung, sehingga terjadi pendekatan induktif sehingga tidak berpengaruh pada pandangan sebelumnya
- c. Peneliti dapat mengamati hal-hal yang sebelumnya belum dikathui orang lain
- d. Peneliti akan menemukan hal-hal yang sebelumnya belum diungkapkan responden
- e. Peneliti akan menemukan hal-hal yang sebelumnya diluar persepsi responden
- f. Peneliti akan memperoleh kesan pribadi dan langsung merasakan suasana sosial di tempat tersebut

Objek yang digunakan dalam observasi yaitu

- a. *Space*
Merupakan ruang dalam aspek fisiknya
- b. *Actor*
Orang-orang yang terlibat dalam situasi social
- c. *Activity*
Seperangkat kegiatan yang dilakukan orang-orang
- d. *Object*
Benda-benda yang ada didalam tersebut
- e. *Act*
Perbuatan dan tindakan yang dilakukan
- f. *Event*
Rangkaian aktifitas yang dilakukan
- g. *Time*
Urutan kegiatan selama proses observasi

Untuk tahapan dari observasi sendiri dibagi menjadi tiga yaitu observasi deskriptif, observasi terfokus, dan observasi terseleksi.

- a. Observasi deskriptif
Observasi deskriptif dilakukan saat memasuki kondisi sosial tertentu saat melakukan penelitian. Peneliti memperhatikan secara umum tentang apa yang dilihat dan dirasakan karena peneliti belum membawa masalah yang akan diteliti. Observasi tahap ini disebut dengan *grand tour observation*.
- b. Observasi terfokus
Pada tahap ini peneliti melakukan observasi yang telah dipersempit atau terfokus karena peneliti sudah bisa melakukan analisis taksonomi.

c. Observasi terseleksi

Pada tahap penelitian ini peneliti sudah menguraikan focus dari data yang diteliti, sehingga data yang dihasilkan akan lebih rinci. Peneliti telah memiliki pemahaman yang dalam akan hipotesis di tahap ini.

2. Wawancara / *interview*

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam satu topik tertentu (Esterberg, 2012). Wawancara dilakukan jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah dan potensiyang harus diteliti, tetapi juga dijamin penelitian hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Macam-macam wawancara diantaranya yaitu

a. Wawancara terstruktur (*Structured Interview*)

Teknik yang dilakukan jika peneliti telah mengetahui dengan pasti informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan tertulis yang alternative jawabannya sudah disiapkan.

Pada teknik ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama oleh seorang peneliti. Sehingga dalam prosesnya dapat dilakukan oleh beberapa orang sekaligus pada saat pengambilan data. Pada pelaksanaannya harus membawa

beberapa peralatan seperti *tepe recorder*, gambar brosur, dan material lain yang dapat membantu jalannya penelitian.

b. Wawancara semiterstruktur (*Semistructured Interview*)

Wawancara ini masuk dalam kategori *in-dept interview*, pelaksanaannya lebih bebas dibanding wawancara terstruktur. Tujuan wawancara ini untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya.

c. Wawancara tak terstruktur (*Instructured Interview*)

Wawancara ini merupakan wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara. Pedoman wawancara hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara ini sering digunakan dalam penelitian pendahuluan / untuk penelitian mendalam tentang subjek yang diteliti.

Penelitian diawali dengan peneliti berusaha mendapatkan informasi terlebih dahulu tentang berbagai permasalahan. Untuk mendapatkan data yang lengkap dan mendalam maka dapat juga menggunakan wawancara tak terstruktur. Informasi atau data yang diperoleh dari wawancara sering kali bias, tergantung pada pewawancara, situasi dan kondisi saat wawancara.

Langkah – langkah pada saat wawancara menurut Lincon dan Guba memiliki tujuh langkah, yaitu

- a. Menetapkan kepada siapa wawancara itu akan dilakukan
- b. Menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan menjadi bahan pembicaraan
- c. Mengawali atau membuka alur wawancara
- d. Melangsungkan alur wawancara
- e. Mengkonfirmasi ikhtisar hasil wawancara dan mengakhirinya
- f. Menuliskan hasil wawancara pada catatan lapangan
- g. Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang telah diperoleh

Pada wawancara memiliki beberapa jenis pertanyaan. Menurut Melleong (2002) jenis-jenis pertanyaan tersebut adalah

- a. Pertanyaan yang berkaitan dengan pengalaman
Pertanyaan ini berguna untuk menanyakan pengalaman kepada responden yang telah dialami baik dalam kehidupan atau saat masih kanak-kanak
- b. Pertanyaan yang berkaitan dengan pendapat
Pertanyaan yang diberikan oleh responden tentang pendapat suatu data.
- c. Pertanyaan yang berkaitan dengan perasaan
Pada saat memberikan pertanyaan seorang pewawancara harus bisa memahami ekspresi yang diberikan oleh responden. Wawancara diawali

dengan percakapan biasa, kemudian diarahkan pada percakapan yang menyentuh perasaan.

d. Pertanyaan tentang pengetahuan

Pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui pengetahuan dari informan mengenai suatu kasus atau peristiwa yang mungkin terjadi

e. Pertanyaan yang berkenaan dengan indera

Pertanyaan ini bertujuan untuk mengungkap data yang berkaitan dengan alat indera seperti melihat, dan meraba.

f. Pertanyaan berkaitan dengan latar belakang atau demografi

Pertanyaan ini bertujuan untuk mengungkapkan latar belakang subjek yang meliputi sosial ekonomi, latar belakang pendidikan dan lain-lain

Kemudian pada saat wawancara juga diperlukan beberapa alat-alat bantu, diantaranya yaitu

- a. Buku catatan
- b. *Tape recorder*
- c. *Camera*

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen berupa gambar, tulisan, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Hasil penelitian dokumen akan lebih memiliki kredibilitas tinggi, tetapi perlu diketahui bahwa tidak semua penelitian memiliki kredibilitas

tinggi contohnya foto yang tidak mencerminkan keadaan aslinya.

Dokumen banyak digunakan dalam penelitian terutama dalam hal menguji, menafsirkan dan meramalkan. Menurut Moleong (2007) alasan dokumen digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu

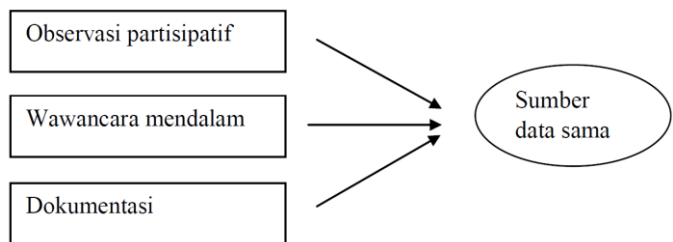
- a. Karena merupakan sumber yang stabil, kaya dan mendorong data penelitian
- b. Berguna sebagai bukti
- c. Berguna dan sesuai karena sifatnya alamiah
- d. Murah dan tidak sulit ditemukan
- e. Akan menghasilkan hasil pengkajian yang lebih luas

4. Triangulasi

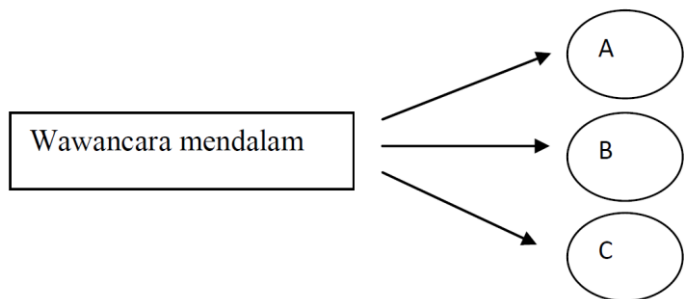
Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan yang sekaligus menguji kredibilitas data.

Triangulasi teknik, berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama, peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan observasi dalam waktu serempak. Triangulasi sumber berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama.

Triangulasi tidak bertujuan untuk mencari kebenaran dari suatu fenomena akan tetapi meningkatkan pengetahuan peneliti tentang hasil penelitian yang telah didapatkannya. Oleh karena itu dengan menggunakan triangulasi, maka perolehan data akan semakin konsisten dan pasti. Data yang dihasilkan menggunakan triangulasi akan kredibel dan pasti.



Gambar 17. Triangulasi “Teknik” Pengumpulan Data (bermacam-macam cara pada sumber yang sama)



Gambar 18. Triangulasi Sumber Pengumpulan Data (teknik pengumpulan data pada bermacam-macam sumber data A, B, C)

E. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan pada saat melakukan penelitian untuk menggali potensi dan masalah yang ada pada objek yang diteliti. Pada penelitian dan pengembangan teknik analisis data tergantung pada level penelitian, jenis dan jumlah rumusan masalah.

1. Teknik analisis data pada penelitian dan pengembangan level 1

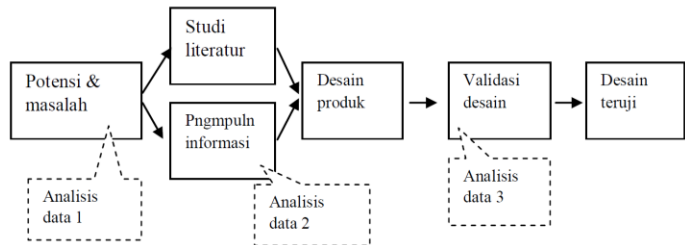
Pada level ini peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui potensi dan masalah, kemudian melakukan penelitian untuk menguji rancangan produk tersebut. Pengujian dilakukan secara internal oleh para ahli atau praktisi. Pada tahap ini produk tidak diuji secara eksternal.

Analisis data pada level ini ada 3 tahap. Tahap pertama dilakukan pada saat peneliti melakukan penelitian untuk menggali potensi dan masalah. Analisis data tergantung metode yang digunakan, jika menggunakan kuantitatif maka analisisnya menggunakan statistik, bila kualitatif maka menggunakan analisis kuantitatif. Jika metodenya menggunakan kombinasi, maka analisisnya menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif.

Tahap kedua analisis data berdasarkan penelitian yang digunakan untuk mengetahui produk apa yang perlu dikembangkan. Tahap ketiga analisis data pada pengujian internal rancangan. Penelitian dilakukan oleh ahli dan praktisi, hasil pengujian berupa:

- a. rancangan disetujui tanpa revisi
- b. rancangan disetujui dengan revisi

Berikut adalah gambar proses analisis data level 1



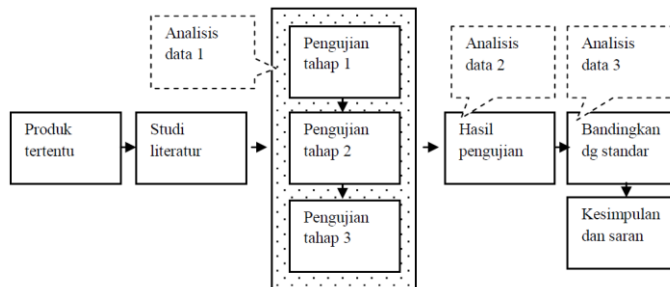
Gambar 19. Analisis Data dalam Penelitian dan Pengembangan Level 1

2. Teknik analisis data pada penelitian dan pengembangan level 2

Pada level ini tidak membuat rancangan produk melalui penelitian, tapi hanya memvalidasi dan menguji efektifitas produk. Ada 3 tahap analisis data pada level ini. Analisis dilakukan saat dilakukan saat pengujian produk, analisis hasil pengujian dan membandingkan hasil dengan standar.

Tahap pertama dilakukan analisis sebanyak 3 kali. Pengujian produk dilakukan secara berulang pada sampel lain yang semakin besar jumlahnya yaitu sebanyak tiga kali. Tahap kedua adalah analisis mengitung rata-rata dari tiga pengujian. Analisis tahap ketiga adalah analisis data membandingkan anantara hasil pengujian dengan standar atau spesifikasi produk yang telah ditetapkan.

Berikut ini gambar analisis data pada level 2



Gambar 20. Analisis Data dalam Penelitian dan Pengembangan Level 2

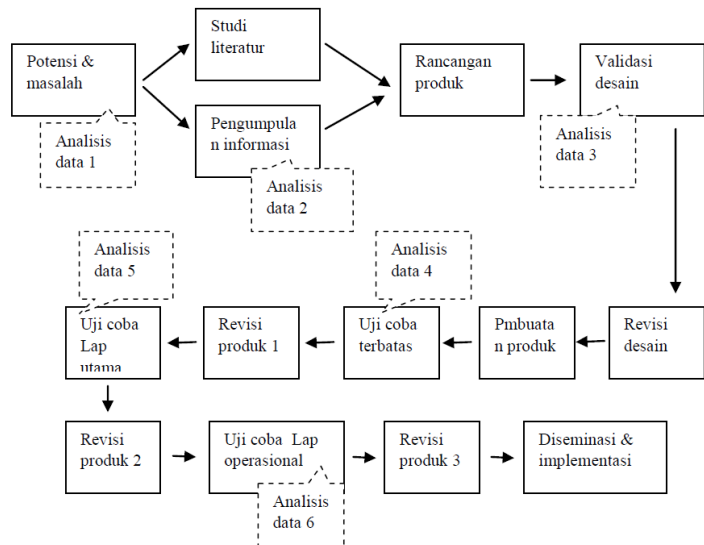
3. Teknik analisis data pada penelitian dan pengembangan level 3

Pada level ini meneliti dan menguji produk dalam rangka mengembangkan produk yang telah ada. Ada 6 tahap kegiatan analisis data. Tahap pertama dilakukan untuk analisis terhadap datayang diperoleh dari produk penelitian terhadap produk yang ada, baik dari bentuk, *performance*, maupun spesifikasinya.

Tahap dua dilakukan pada data hasil penelitian lapangan untuk mengetahui apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhan lapangan atau tidak. Tahap tiga digunakan untuk merevisi desain, kemudian desain direvisi. Tahap empat menganalisis data hasil uji coba lapangan awal/terbatas (*primary field testing*). Pengujian menggunakan penelitian kombinasi dan dengan teknik wawancara, observasi dan koesioner.

Tahap lima adalah analisis data hasil pengujian lapangan utama (*primary field testing*). Dan tahap enam digunakan untuk perbaikan produk sehingga dapat diuji lapangan secara operasional.

Berikut adalah gambar analisis data level 3



Gambar 21. Analisis Data dalam Penelitian dan Pengembangan Level 3

4. Teknik analisis data pada penelitian dan pengembangan level 4

Pada level ini menciptakan produk baru yang belum pernah ada. Pada level ini ada 6 tahap analisis data, yaitu analisis tahap 1-6. Pada tahap satu analisis didasarkan untuk menemukan masalah dan potensi, sehingga dapat digunakan sebagai pertimbangan dan pengembangan produk. Metode

yang digunakan tergantung pada metode yang digunakan, kuantitatif, kualitatif atau kombinasi.

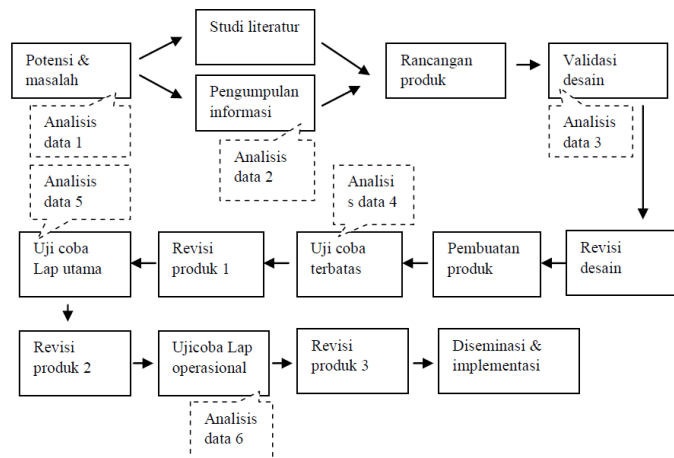
Pada tahap 2 analisis data yang didasarkan hasil penelitian untuk menentukan produk apa yang akan dikembangkan. Penentuan tersebut bertujuan agar dapat mengatasi masalah dan meningkatkan kinerja dari produk tersebut. Tahap tiga adalah analisis data yang didasarkan pada penelitian yang bersifat pengujian/validasi rancangan / desain produk.

Tahap empat menganalisis data yang diperoleh dari uji lapangan terbatas (*preliminary field testing*). Pengujian lapangan awal dilakukan pada 1-3 sekolah dengan 6-12 subjek. Pengujian menggunakan metode kombinasi, kuantitatif dan kualitatif melalui pengamatan dan wawancara. Analisis tahap ini bertujuan untuk perbaikan produk.

Kemudian produk yang telah diperbaiki diuji pada uji lapangan utama (*main field testing*). Pengujian dilakukan pada 5-15 sekolah dan 30-100 subjek. Tahap lima menganalisis data yang diperoleh dari pengujian lapangan utama. Metode yang digunakan adalah metode kombinasi, kuantitatif dan kualitatif melalui pengamatan dan wawancara. Hasil analisis digunakan untuk perbaikan produk.

Tahap enam adalah analisis data yang diperoleh dari pengujian lapangan operasional (*operational field testing*). Metode yang digunakan adalah metode kombinasi, kuantitatif dan kualitatif melalui pengamatan dan wawancara.

Berikut ini gambar analisis data pada level 4



Gambar 22. Analisis Data dalam Penelitian dan Pengembangan Level 4

Analisis data kuantitatif merupakan kegiatan setelah data dari seluruh subjek/responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variable dan jenis responden, menabulasi data, menyajikan data melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis. Ada beberapa teknik analisis data pada metode kuantitatif

1. Statistic deskriptif dan inferensial

Metode ini digunakan untuk menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Penelitian yang dilakukan pada populasi akan menggunakan statistic deskriptif, sedangkan jika menggunakan sampel analisisnya dapat menggunakan statistic deskriptif ataupun inferensial.

Statistic deskriptif merupakan penyajian data melalui table, grafik, diagram lingkaran, piktogram, perhitungan modus, median, *mean*, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata standar deviasi, dan perhitungan presentasi. Melalui statistic deskriptif juga dapat mencari kuatnya variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan perbandingan rata-rata data sampel dan populasi.

Statistic inferensial merupakan teknik statistic yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Statistic ini cocok untuk jika sampel diambil dari populasi yang jelas dan teknik pengambilan sampel dari populasi itu dilakukan secara random. Statistic ini disebut statistic probabilitas, karena kesimpulan diberikan untuk populasi berdasarkan data sampel itu sebenarnya bersifat peluang (*probability*).

2. Statistik parametris dan non parametris

Statistic parametris digunakan untuk menguji parameter populasi melalui statistic atau menguji ukuran populasi melalui data sampel. Penggunaan statistic parametris dan nonparametris tergantung pada asumsi dan jenis data yang akan dianalisis. Statistik memerlukan banyak asumsi, asumsi yang utama adalah data yang dianalisis harus berdistribusi normal.

Statistic nonparametris tidak menuntut terpenuhinya banyak asumsi misalnya data yang akan dianalisis tidak harus berdistribusi normal. Oleh karena itu statistic nonparametris sering disebut *distribution free*. Statistic parametris memiliki kekuatan yang lebih daripada nonparametris.

Penggunaan kedua statistic tersebut tergantung pada jenis data yang dianalisis. Statistic parametris digunakan untuk menganalisis data interval dan rasio, sedangkan statistik nonparametris digunakan untuk menganalisis data normal dan ordinal. Jadi untuk menguji hipotesis pada penelitian kuantitatif digunakan statistic, dengan memperhatikan dua hal yaitu macam data dan bentuk hipotesis yang diajukan.

3. Pertimbangan memilih statistic untuk uji hipotesis

Pemilihan teknik statistic didasarkan pada macam-macam data dan bentuk hipotesis dari data tersebut. Macam-macam data yang telah diberikan pada bab 1 yaitu data nominal, ordinal, interval dan ratio. Bentuk hipotesis memiliki 3 jenis yaitu hipotesis deskriptif, komparatif, asosiatif dan structural. Kemudian untuk hipotesis komparatif dibedakan menjadi dua yaitu komparatif untuk dua sampel dan komparatif lebih dari dua sampel.

4. Statistik deskriptif

Statistic deskriptif merupakan statistic yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi, tanpa melakukan analisis dan

membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Pada statistic deskriptif akan dikemukakan cara penyajian data dengan table biasa atau distribusi frekuensi.

5. Statistic dengan pengujian hipotesis

a. Statistic dan penelitian

Pada statistic, hipotesis dapat diartikan sebagai pernyataan statistic tentang parameter populasi. Ada beberapa perbedaan mendasar pada pengertian hipotesis menurut statistic dan penelitian. Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Rumusan masalah tersebut merupakan dua pernyataan tentang hubungan dua variabel atau lebih, perbandingan dan variabel mandiri.

b. Tiga bentuk rumusan hipotesis

1) Hipotesis deskriptif

Hipotesis deskriptif adalah dugaan tentang nilai suatu variabel mandiri, tidak membuat perbandingan atau hubungan.

2) Hipotesis komparatif

Hipotesis komparatif adalah pernyataan yang menunjukkan dugaan nilai dalam satu variabel atau lebih pada sampel yang berbeda.

3) Hipotesis hubungan

Hipotesis hubungan adalah suatu pernyataan yang menunjukkan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih

c. Taraf kesalahan dalam pengujian hipotesis

Menguji hipotesis adalah menaksir parameter populasi berdasarkan data sampel. Ada dua cara menaksir parameter yaitu *a point estimate* dan *interval estimate*. *A point estimate* adalah taksiran parameter populasi berdasarkan satu nilai data sampel. *Interval estimate* adalah suatu taksiran parameter populasi berdasarkan nilai interval data sampel.

d. Dua kesalahan dalam pengujian hipotesis

Ada dua kesalahan data sampel dalam penaksiran parameter yaitu

1) Kesalahan tipe I

Kesalahan tipe I adalah suatu kesalahan bila menolak hipotesis nol (H_0) yang benar (seharusnya diterima). Pada hal ini kesalahan dinyatakan dengan α

2) Kesalahan tipe II

Kesalahan tipe II merupakan kesalahan bila menerima hipotesis yang salah (seharusnya ditolak). Tingkat kesalahan untuk ini dinyatakan dengan β

e. Pengujian hipotesis

Pada pengujian statistic parametric memerlukan beberapa asumsi yang dibutuhkan. Salah satunya yaitu data setiap variabel harus berdistribusi normal. Kemudian pengujian hipotesis deskriptif (estimasi), komparatif, dan asosiatif.

- 1) Pengujian normalitas
Teknik statistic ini adalah statistic nonparametrik maka dari itu sebelum peneliti menggunakan teknik statistic parametrisnya, peneliti harus terlebih dahulu membuktikan analisis tersebut berdistribusi normal atau tidak
- 2) Pengujian hipotesis deskriptif
Pengujian ini adalah generalisasi yang didasarkan pada suatu sampel. Kesimpulannya nanti apakah hipotesis yang diuji dapat digeneralisasikan atau tidak bisa. Variabel pada ujian ini bersifat mandiri karena itu hipotesis tidak berbentuk perbandingan atau hubungan antar dua variabel atau lebih
- 3) Pengujian hipotesis komparatif
Pengujian ini banyak digunakan pada penelitian dan pengembangan, khususnya pengujian lapangan terbatas, lapangan utama dan lapangan operasional. Pengujian hipotesis komparatif berarti menguji parameter populasi yang berbentuk perbandingan melalui ukuran sampel yang juga berbentuk perbandingan.
- 4) Pengujian hipotesis asosiatif
Pengujian hipotesis asosiatif pada penelitian dan pengembangan digunakan untuk menguji produk yang telah ada dan telah digunakan.

Analisis data kualitatif merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan beberapa cara seperti wawancara mendalam, pengamatan dan studi dokumentasi. Pada penelitian kualitatif data diperoleh dari berbagai sumber dari teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi) dan dilakukan secara terus menerus hingga data jenuh.

Pengamatan yang terus menerus mengakibatkan variasi data tinggi sehingga sehingga teknik analisis data yang digunakan belum ada pola yang jelas. Oleh karena itu sering mengalami kesulitan dalam melakukan analisis. Karena analisis kualitatif belum memiliki standar yang jelas maka ada beberapa pendapat para ahli tentang analisis data kualitatif, diantaranya yaitu

1. Menurut Miles dan Huberman

Analisis data kualitatif dilakukan saat pengumpulan data berlangsung dan saat setelah selesai pengumpulan data. Pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban saat wawancara belum memuaskan maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi hingga memperoleh data yang dianggap kredibel

Komponen analisis data menurut Miles dan Huberman yaitu data *reduction* (reduksi data), data *display* (penyajian data), *conclusion drawing /verification*.

- a. Data reduction

Data *reduction* adalah data yang diperoleh dari lapangan dan jumlahnya banyakkemudian dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti

merangkum, memilih hal pokok dan memfokuskan. Reduksi dapat dibantu dengan computer mini yang diberikan kode0kode pada aspek tertentu

b. *Data display*

Pada penelitian kualitatif penyajian data ditampilkan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Namun menurut Miles dan Huberman (1984) yang paling banyak digunakan adalah dalam bentuk teks atau naratif.

Data yang didisplay akan mudah dipahami dan kemudian merencanakan rencana kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

c. *Conclusion drawing / verification*

Penarikan kesimpulan dan verifikasi adalah langkah ketiga pada analisis data. Kesimpulan ini akan menjawab pertanyaan dari perumusan masalah. Kesimpulan pada penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang penelitiannya berupa deskripsi atau gambaransuatu objek.

2. Menurut Model Spradley

Menurut spradley tahapan penelitian kualitati ada beberapa tahap yaitu

- a. Memilih situasi sosial
- b. Melaksanakan observasi partisipan
- c. Mencatat hasil observasi dan wawancara
- d. Melakukan observasi deskriptif

- e. Melakukan analisis domain
- f. Melakukan observasi terfokus
- g. Melaksanakan analisis taksonomi
- h. Melakukan observasi terseleksi
- i. Melakukan analisis komponensial
- j. Melakukan analisis tema
- k. Temuan budaya
- l. Menulis laporan penelitian kualitatif

Pada tahap penelitian ini dimulai dengan menetapkan informan kunci, setelah melakukan wawancara dan mencatat hasilnya peneliti kemudian mengalihkan perhatian ke objek penelitian dan mulai mengajukan pertanyaan deskriptif. Kemudian dilanjutkan dengan analisis domain.

Pada langkah ke tujuh peneliti menentukan focus dan melakukan analisis taksonomi, selanjutnya mengajukan pertanyaan kontras yang dilanjutkan dengan analisis komponensial. Hasil dari analisis tersebut peneliti menemukan tema-tema budaya dan memutuskan laporan penelitian etnografi.

Penelitian pada kualitatif dimulai dari sesuatu yang luas kemudian di fokuskan dan kembali luas. Terdapat beberapa tahapan analisis pada penelitian kualitatif, yaitu

1. Analisis domain

Analisis domain merupakan langkah pertama penelitian kualitatif. Kemudian melakukan penelitian taksonomi, pada analisis taksonomi menjabarkan bagaimana analisis domain pilih. Kemudian ada analisis komponensial, aktifitas dari analisis

komponensial yaitu mencari perbedaan yang spesifik terhadap rincian yang dilakukan oleh analisis taksonomi.

Analisis terakhir yaitu analisis tema, analisis tema yaitu mencari hubungan di antara domain dan bagaimana hubungannya dengan keseluruhan yang kemudian dirumuskan pada suatu tema dan judul penelitian. Analisis domain dilakukan untuk memperoleh gambaran umum dan menyeluruh tentang situasi sosial yang diteliti. Hasilnya berupa gambaran umum tentang objek tersebut dengan penjabaran yang lebih mendalam.

2. Analisis taksonomi

Analisis taksonomi dilakukan setelah analisis domain, sehingga dibutuhkan domain atau kategori dari situasi sosial tersebut untuk kemudian menetapkan focus penelitian dari domain yang dipilih. Pengumpulan data dilakukan dengan cara pengamatan, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Analisis taksonomi adalah analisis terhadap keseluruhan data yang berkumpul secara domain. Domain tersebut kemudian menjadi *cover term* oleh peneliti dan menjadi uraian yang rinci dan mendalam. Hasil analisis taksonomi diuraikan dalam bentuk diagram kotak, diagram garis dan simpul, dan *outline*.

3. Analisis komponensial

Pada analisis taksonomi sebelumnya, yang dicari adalah elemen yang serupa atau serumpun. Namun

pada analisis komponensial yang dicari adalah domain untuk diorganisasikan bukan untuk keseluruhan, melainkan yang memiliki perbedaan atau yang kontras. Data tersebut didapatkan dengan cara melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi.

4. Analisis tema budaya

Analisis tema budaya atau *discovering cultural themes*, adalah upaya mencari pokok benang merah yang diintegrasikan dengan lintas domain yang ada (Sanapiah, 1990). Analisis tema budaya menggabungkan analisis-analisis sebelumnya kemudian mencari benang merah dari berbagai analisis tersebut. Sehingga dapat ditemukan “konstruksi bangunan” dari situasi dan objek penelitian yang sebelumnya belum jelas.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami situasi sosial pada penelitian tersebut. Pada analisis tema budaya ini bertujuan agar bagaimana peneliti mampu antar hubungan dan keseluruhan dari penelitian yang dilakukannya.

Analisis data kombinasi adalah dua tahapan yang berurutan. Dimulai dengan *research* untuk menghasilkan rancangan produk dan tahap dua untuk melakukan *development* untuk memproduksi rancangan dan mengujinya. Metode kombinasi masing-masing menggunakan metode kombinasi *concurrent triangulation* (kombinasi seimbang) dan *concurrent embedded* (kombinasi tidak seimbang).

Metode kombinasi memiliki beberapa tipe yaitu

a. Tipe *convergent parallel mixed methods*

Dalam pendekatan ini peneliti dalam satu waktu yang sama mengumpulkan data kualitatif dan kuantitatif, menganalisis secara terpisah dan membandingkan hasilnya untuk mengetahui apakah saling melengkapi atau tidak. Pada tipe desain ini terdapat 3 model analisis data yaitu

1) *A side by side comparison*

A side by side comparison dilakukan dengan cara menganalisis data secara terpisah, data kuantitatif dianalisis dengan statistic dan data kualitatif dianalisis dengan metode kualitatif. hasil dari analisis kedua data tersebut kemudian dibandingkan untuk mengetahui nama yang saling mendukung dan tidak mendukung

2) *Transformation*

Analisis *transformation* dilakukan dengan merubah data kuantitatif dan kualitatif. Data yang sama dikelompokkan agar variabel menjadi terukur. Kemudian data tersebut digabungkan menjadi data kuantitatif

3) *Joint display*

Analisis *joint display* dilakukan dengan cara mendisplay kedua data yang telah dianalisis secara terpisah. Kemudian data tersebut disusun dalam sebuah table untuk mengetahui nama kelompok yang saling melengkapi dan bertentangan. Hasil data ini

kemudian dapat dijelaskan dalam bentuk kuantitatif dan kualitatif.

b. Tipe *explanatory sequential mixed methods*

Metode ini penelitian menggunakan dua tahap dalam waktu yang berbeda. Pada tahap 1 menggunakan metode kuantitatif, pada tahap 2 menggunakan metode kualitatif. Peneliti menggunakan instrument yang telah diuji validasi an reabilitas untuk mengumpulkan data pada sampel yang telah ditentukan. Selanjutnya data dianalisis secara kuantitatif dengan statistic, kemudian hasilnya dianalisis dengan kualitatif. informan dipilih dengan *purposive sampling*.

c. Tipe *exploratory sequential mixed methods*

Penelitian ini menggunakan dua tahap. tahap pertama menggunakan kualitatif dengan menetapkan informan terlebih dahulu secara purposive. Kemudian melakukan pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data hasil metode kualitatif kemudian diolah dengan metode kuantitatif sehingga data yang semula belum jelas menjadi jelas, mendapatkan informasi baru dan menemukan hipotesis.

d. Tipe *embedded mixed methods*

Pada penelitian ini menggunakan dua metode dalam waktu yang sama, hanya bobot penggunaan metode tersebut tidak sama. Tahap pertama

penelitian menggunakan metode primer yaitu bisa kuantitatif atau kualitatif.

e. Tipe *transformative mixed methods*

Metode ini adalah gabungan dari berbagai desain/model kombinasi. Desain penelitian ini digunakan untuk penelitian yang besar dan kompleks, sehingga masalah tidak cukup hanya diteliti dengan hanya menggunakan satu metode. Pengumpulan dan analisis data dapat dilakukan secara terpisah namun setelah selesai data kemudian diintegrasikan, dikomparasikan mana yang paling melengkapi, memperluas, memperdalam yang saling bertentangan, selanjutnya diinterpretasikan.

f. Tipe *multiphase mixed methods*

Pada penelitian ini peneliti melakukan beberapa kombinasi penelitian secara terpisah yang bersifat longitudinal yang terfokus pada tujuan dari berbagai proyek. Pada penelitian dan pengembangan desain ini dapat digunakan untuk penelitian dalam pengujian lapangan suatu produk.

III. Rangkuman

Penelitian dan pengembangan merupakan metode yang digunakan untuk menguji, mengembangkan dan menciptakan suatu produk. Pada penelitian dan pengembangan dibutuhkan penggalan potensi agar penelitian yang dilakukan pengembangan dan memiliki nilai lebih daripada penelitian yang dilakukan dari masalah.

Potensi dapat dilakuakn dengan menggunakan metode penelitian, yaitu kualitatif, kuantitatif dan campuran.

Masalah adalah penyimpangan antara yang seharusnya terjadi dengan apa yang diharapkan. Sumber masalah diantaranya berasal dari penyimpangan pengalaman dan kenyataan, penyimpangan antara apa yang telah direncanakan dengan kenyataan, adanya pengaduan, adanya kompetisi. Pada sebuah penelitian, masalah yang baik yaitu yang memiliki sifat baru, original, signifikan *feasible*, memiliki nilai pasar, dan *benefical*.

Rumusan masalah berbeda dengan masalah, rumusan masalah merupakan pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data pada suatu penelitian. Rumusan masalah memiliki beberapa bentuk, diantaranya yaitu rumusan masalah deskriptif, rumusan masalah komparatif, rumusan masalah kausal, musuan masalah kausal-komparatif, dan rumusan masalah struktural.

Pada penelitian dan pengembangan (R&D), populasi dan sampel tergantung pada ke empat level dalam penelitian. Populasi dan sampel di level 1 berjumlah tiga, yaitu tahap potensi dan masalah, tahap pengumpulan informan dan tahap validasi desain. Pada level 2, juga memiliki jumlah tiga tahap, namun ketiganya hanya berada di pengujian tahap 1, pengujian tahap 2 dan pengujian tahap 3. Kemudian pada level 3, ada enam jumlah populasi dan sampel. Masing berada pada penelitian produk, penelitian lapangan, pengujian internal rancangan, pembuatan produk, uji coba lapangan utama dan uji coba lapangan operasional. Kemudian di level 4, populasi dan sampel juga berjumlah

enam, masing-masing berada pada potensi dan masalah, pengumpulan informasi, validasi desain, uji coba terbatas, uji coba lapangan utama, dan uji coba lapangan operasional.

Instrument merupakan alat untuk mengumpulkan data. Pada penelitian dan pengembangan, instrument digunakan pada ke empat level penelitian. Pada level 1, instrument digunakan pada tahap potensi masalah, pengumpulan informasi dan validasi desain. Kemudian pada level 2, instrument digunakan pada tahap pengujian 1, 2, dan 3. Pada level 3 digunakan pada produk yang telah ada, penelitian lapangan, uji internal rancangan, uji coba terbatas, uji coba lapangan utama, dan uji coba lapangan operasional. Kemudian pada level 4, instrument digunakan pada tahap potensi dan masalah, pengumpulan informasi, validasi desain, uji coba terbatas, uji coba lapangan utama, dan uji coba lapangan operasional.

Skala merupakan acuan untuk menentukan Panjang pendeknya internal yang digunakan untuk alat ukur. Skala yang digunakan dalam penelitian dan pengembangan yaitu skala likert, skala guttman, semantic differential, dan rating scale. Kemudian pada teknik pengumpulan data, memiliki tahapan yang sesuai dengan level penelitian. Pada level 1, pengumpulan data dilakukan pada potensi dan masalah, pengumpulan informasi dan validasi desain. Pada level 2, dibagikan penguian tahap 1,2, dan 3.

Kemudian pada level 3, teknik pengumplan data ada di penelitian produk, penelitian lapangan, pengujian internal rancangan, uji coba terbatas, uji coba lapangan utama, dan uji coba lapangan operasional. Kemudian pada

tlevel 4, pengumpulan data ada di tahap potensi dan masalah, pengumpulan informasi, validasi desain, uji coba terbatas, uji coba lapangan utama dan uji coba lapangan operasional. Teknik analisis data juga digunakan pada tahap yang sama dengan teknik pengambilan data pada setiap level penelitian dan pengembangan.

IV. Evaluasi

1. Jelaskan pengembangan Produk Berdasarkan Potensi dan Masalah!
2. Jelaskan pengertian populasi!
3. Sebutkan apa saja instrument dalam penelitian!
4. Jelaskan dan sebutkan teknik pengumpulan data!
5. Sebutkan teknik analisi data kuantitatif!

V. Referensi

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian & Pengembangan*. Alfabeta Bandung. Bandung

BAB IV

Tahapan Pengembangan Media Promosi Kesehatan

I. Capaian Pembelajaran

- A. Mahasiswa mampu memahami tentang perencanaan produk
- B. Mahasiswa mampu memahami tentang pengujian rancangan produk dan pengujian produk
- C. Mahasiswa mampu memahami tentang riset pengembangan media promosi kesehatan

II. Isi Materi

A. Perencanaan produk

Metode penelitian dan pengembangan adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengembangkan produk yang telah ada (inovasi) maupun untuk menciptakan produk baru. Menurut Borg dan Gall (2005) *planning* merupakan langkah kedua dalam penelitian dan pengembangan setelah penelliti melakukan *research and information collecting*, yang meliputi analisi kebutuhan, review literature, penelitian dalam skala kecil dan persiapan membuat laporan yang terkini. Pada perencanaan produk dijelaskan juga mengenai desain produk, tipe/macam/jenis produk, spesifikasi produk, langkah-langkah membuat desain, dan membuat desain menjadi produk.

1. Desain dan perencanaan produk

Perencanaan produk disini diartikan sebagai proses membuat desain produk. Membuat desain adalah menarik sesuatu yang baru atau mengatur sesuatu

yang telah ada menjadi sesuatu yang lebih baru, guna memuaskan masyarakat. Pertimbangan utama dari perencanaan produk baru adalah efektifitas dan efisiensi. Efektivitas berarti produk tersebut dapat mencapai tujuan pada gradasi yang tinggi. Efisiensi berarti produk tersebut dibuat dengan biaya murah, waktu yang singkat, dan suasana yang menyenangkan bagi yang membuat.

Membuat desain memerlukan ilmu dan seni. Ilmu dapat dipelajari dari berbagai metode dan teknik, seni dapat dipelajari dari seringnya membuat desain. Suatu desain memerlukan empat hal yaitu *creativity, complexity, choice, compromise*.

2. Tipe desain

Ada 5 tipe perancangan produk yang dapat digambarkan, yaitu

a. *Original desain*

Sering disebut dengan desain inovatif. Desain ini memiliki nilai paling tinggi, karena desain belum pernah ada sebelumnya, original, dan belum ada yang mengemukakan.

b. *Adaptive design*

Desain ini dikembangkan dari desain sejenis yang dulu dinilai memuaskan.

c. *Redesign*

Redesign berarti mengurangi desain yang telah ada dengan sedikit penyempurnaan atau memperbaiki desain yang sudah ada

d. *Selection design*

Hamper seluruh desain menggunakan komponen standar, dalam hal ini pembuat desain akan menyeleksi komponen yang memiliki kualitas tinggi dengan harga yang relative murah

e. *Industrial design*

Merupakan pengembangan produk yang ada pada aspek visualnya, sehingga desain lebih artistic dan diperhatikan konsumen

3. Spesifikasi design

Spesifikasi produk meliputi beberapa hal penting dalam perencanaan produk seperti efektif, efisien, praktis digunakan, penampilan menarik. Spesifikasi produk ditentukan berdasarkan permasalahan dan tujuan produk tersebut dibuat. Dengan adanya spesifikasi produk, maka akan dapat digunakan untuk penilaian, apakah produk tersebut efisien atau tidak. Spesifikasi produk meliputi

a. Ketentuan performa

1) Menentukan kefungsian

Menentukan fungsi dari produk tersebut dirancang, fungsi produk harus dapat memecahkan permasalahan yang telah dirumuskan dalam tujuan

2) Pertimbangan penampilan

Penampilan produk yang baik dapat memberi kesan yang menarik pada para kostumer ketika melihat fisik visual secara langsung. Ini artinya desain produk harus

disesuaikan dengan kebutuhan pasar saat ini ataupun yang akan datang

3) Pertimbangan kehandalan

Kehandalan biasanya dinyatakan dalam ketahanan produksi dalam tiap waktu. Ketangguhan ini berasal dari kemampuan komponen untuk bekerja, berputar, translasi, bergerak dan diam ketika dikenai beban.

4) Pertimbangan kondisi lingkungan

Pertimbangan kondisi lingkungan artinya produk mampu bertahan dalam kondisi lingkungan yang beragam baik pada kelembapan, tekanan, zat kimia, air, magnet, dan lain sebagainya.

5) Pertimbangan biaya produksi

Pertimbangan biaya bukan penentuan harga jual produk, melainkan *engineer* harus mampu memperhitungkan biaya yang dikeluarkan ketika mengeluarkan beberapa alternatif proses produksi

6) Pertimbangan ergonomi (faktor manusia)

Ergonomi artinya mendesain tampilan produk dengan pantas dan tidak terlalu banyak modifikasi bentuk tampilan yang tidak bermakna. Bentuk disesuaikan dengan kondisi pengguna produk pada umumnya.

7) Pertimbangan kualitas

Kualitas yang dipertimbangkan yaitu produk/output yang dihasilkan pada alat/mesin yang telah didesain. Kualitas

dapat diketahui dari berbagai analisis perhitungan secara kompleks dan uji coba alat/mesin

- 8) Pertimbangan beban
Dalam membuat produk perlu memperhatikan pemilihan material, dimensi produk, dan banyaknya jumlah komponen yang digunakan. Hal ini berpengaruh pada beban primer dan beban konsekuensial.
- 9) Pertimbangan kebisingan
Kebisingan ditimbulkan oleh putaran mesin dan gesekan yang ditimbulkan poros atau transmisi. Kebisingan dapat dicegah dengan memberikan peredam dikaki mesin dan pelumas pada bagian gear transmisi.

b. Ketentuan fabrikasi

Ketentuan fabrikasi harus mempertimbangkan hal-hal berikut

- 1) Pertimbangan proses
Seorang *engineer* perlu mempertimbangkan kemampuan proses pembuatan produk. Kemampuan produksi/manufaktur, kemampuan proses mesin, proses perakitan, proses *finishing*.
- 2) Pertimbangan metrial
Material merupakan bagian dasar yang harus diperhatikan dalam proses produksi, kualitas produk, *maintenance* produk, dan lain-lain. Kesalahan pemilihan material dapat

membeikan dampak buruk pada kualitas produk

- 3) Pertimbangan perakitan
Proses perakitan perlu diperhatikan karena tiap komponen harus rekat dan rapat. Perakitan menjadi rumit jika komponen yang dibuat menyimpang dari desain.
- 4) Pertimbangan kemasan
Kemasan produk dapat berupa plastik, kardus, karton, kayu dan lain-lain. fungsi kemasan untuk mempercantik tampilan produk sehingga dpat menarik minat konsumen
- 5) Pertimbangan kuantitas
Berfungsi untuk mempertimbangkan jumlah penggunaan material yang digunakan, banyaknya alat/mesin yang digunakan, produk yang dihasilkan kapasitas mesin, kemampuan proses produksi dalam membuat komponen produk, jumlah operator/tenaga ahli, dan banyak lainnya.
- 6) Pertimbangan tanggal penyerahan
Bertujuan untuk menentukan tanggal yang tepat terkait dengan manajemen waktu proses produksi.

c. Standar-standar penerimaan

Standar penerimaan perlu mempertimbangkan beberapa hal

1) Inspeksi

Kualitas produk perlu diperhatikan dengan cermat dan teliti. Setiap pekerjaan yang membutuhkan toleransi khusus pekerja harus dilakukan pengecekan. Sesuai dengan spesifikasi produk yang direncanakan.

2) Pengujian

Mengujian terhadap material, alat, dan mesin sangat penting diperhatikan. Hal ini untuk mencegah hal-hal yang mengganggu, menghambat, dan menimbulkan kecelakaan kerja yang merugikan konsumen.

3) Standar-standar

Konsumen yang cerdas akan memperhatikan kualitas setiap material dan fungsi kerja. Mereka akan menanyakan lisensi / standar yang digunakan dalam material dan fungsi setiap komponen. Standar yang digunakan meliputi standar nasional, standar internasional dan standar perusahaan.

4) Paten

Kasus pembajakan bisa terjadi karena tidak terdaftarnya karya/desain produk yang dipatenkan. Syarat hak paten tersebut terhitung 30 hari setelah desain/produk dikenal public. Paten berfungsi agar deainnya tidak diklaim orang lain.

d. Penguraian

Penguraian perlu mempertimbangkan hal-hal berikut

1) Standar

Penguraian produk perlu memperhatikan kemampuan untuk diuraikan pada material-material yang telah digunakan. Fungsi standar pada penguraian adalah menggunakan standarisasi penguraian sebagaimana diterapkan oleh setiap perusahaan

2) Peraturan

Penguraian harus mempertimbangkan lingkungan disekitarnya. Untuk itu perlu diberlakukan peraturan yang tegas terhadap penguraian produk yang dianggap tidak memenuhi spesifikasi produk.

3) Kebijakan perusahaan

Kebijakan dalam menekan dampak negative dari penguraian dapat memberikan surplus yang tinggi dalam hal pemasaran. Produk yang mampu diuraikan dengan baik akan membantu perusahaan dalam mempromosikan produk yang dipasarkan.

4) Bahaya

Potensi yang dapat menimbulkan bahaya pada produk perlu diuraikan dengan benar, yaitu dengan cara diidentifikasi sejak dini sampai dampak yang akan ditimbulkan

e. Ketentuan-ketentuan operasi

Ketentuan operasi yang perlu dipertimbangkan yaitu

1) Instalasi

Dalam merancang perlu mempertimbangkan komponen dengan baik, jika pertimbangan dan perhitungan meleset maka proses instalasi menjadi tidak pas. Jika dikaitkan dengan produk yang sudah jadi maka produk dapat diinstalasi dengan mudah oleh konsumen dengan cara memberikan bantuan teknik dan memberikan informasi teknik.

2) Penggunaan

Biaya operasional ketika pembuatan produk perlu diminimalisir. Contoh pembengkakan biaya diakibatkan oleh penggunaan mesin operator selama 24 jam, jika terjadi pembengkakan tersebut dapat diminimalisir maka efisiensi harga yang ditawarkan akan rendah namun tetap memberikan fungsi dan kegunaan setiap komponen.

3) Pemeliharaan

Servis yang baik adalah mampu memberikan pemeliharaan dan penggantian suku cadang yang standar. Pemeliharaan yang efektif dapat dilakukan oleh user dengan diberikan buku pemeliharaan manual.

4) Keamanan

Potensi bahaya yang ditimbulkan produk perlu diidentifikasi sejak dini. Keamanan

produk dapat merujuk pada standard an peraturan yang telah disepakati oleh banyak perusahaan.

4. Langkah-langkah pembuatan desain produk

a. Langkah-langkah di bidang teknik (*engineering design*)

1) Fase 1 desain konseptual

Fase awal seorang designer ketika mengembangkan permasalahan-permasalahan di lapangan serta menemukan alternative untuk masalah tersebut. Kegiatan pada fase 1 yaitu *recognition of a need* (urgensi kebutuhan), *definition of the problem* (mengidentifikasi masalah), *gathering of information* (pengumpulan informasi), *developing of a design concept* (mengembangkan konsep desain), *choosing between competing concepts* (memilih dan mengevaluasi konsep).

2) Fase 2 desain perwujudan (*embodiment design*)

Tahap perwujudan desain dengan cara menggambar komponen yang ingin dibuat. Menurut Dieter & Schmidt (2009) ada 3 langkah besar dalam membuat wujud desain yaitu *product architecture, configuration design, parametric design*.

3) Fase 3 desain detail

Fase terakhir dalam proses desain. Pada fase ini akan dihasilkan gambar kerja yang lengkap dengan dimensi serta toleransinya.

B. Pengujian rancangan produk dan pengujian produk

Pada penelitian kuantitatif kualitas diukur berdasarkan hasil pengujian hipotesis. Pada penelitian kualitatif diukur dari temuan yang sudah teruji keabsahannya. Untuk itu diperlukan pengujian terhadap produk yang telah dikembangkan atau diciptakan oleh peneliti.

1. Macam dan posisi pengujian dalam penelitian dan pengembangan (R&D)

Ada dua pengujian untuk menguji produk, yaitu pengujian internal dan pengujian eksternal. Pengujian internal untuk menguji rancangan produk dan produk yang telah dikembangkan, pada umumnya didasarkan pada pendapat ahli dan praktisi. Pengujian eksternal untuk pengujian lapangan yang menggunakan metode eksperimen. Lingkup pengujian produk didasarkan pada level pengujiannya, yaitu

a. Pengujian pada penelitian dan pengembangan (R&D) level 1

Penelitian yang dikembangkan dimana peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui potensi dan masalah. Pengujian pada level ini hanya hanya dilakukan terhadap rancangan produk, terutama dari segi performa, sistem kerja, proses

produksi, dan kebutuhan pasar layak produksi atau tidak.

b. Pengujian pada penelitian dan pengembangan (R&D) level 2

Peneliti tidak membuat rancangan produk, tapi hanya memvalidasi dan menguji efektifitas, efisiensi, dan kepraktisan penggunaan. pengujian dilakukan dari adanya keragu-raguan terhadap validasi, efisiensi, dan kepraktisan produk. Pengujian dilakukan dengan mengamati dan mencatat fungsi spesifikasi produk, kemudian dapat berhipotesis (bisa juga tidak hipotesis). Pengujian dilakukan berulang-ulang, jika dua kali pengujian datanya sudah konsisten maka pengujian dapat diakhiri, namun jika belum maka pengujian dilakukan lagi

c. Pengujian pada penelitian dan pengembangan (R&D) level 3 (mengembangkan produk yang telah ada)

Pengujian bersifat mengembangkan produk yang sudah ada. Pada level ini 4 kali pengujian, 1 pengujian internal dan 3 pengujian eksternal. Pengujian internal dilakukan pada rancangan produk, pengujian dapat dilakukan beberapa kali sampai ditemukan rancangan yang sempurna. Kemudian dilanjutkan dengan pengujian eksternal (lapangan terbatas, lapangan utama dan lapangan operasional).

- d. Pengujian pada penelitian dan pengembangan (R&D) level 4 (meneliti dan menguji untuk menciptakan produk baru)

Pengujian level ini sama dengan level 4, yaitu 4 tahap pengujian. tahap pertama pengujian internal terhadap rancangan produk. Pengujian selanjutnya yaitu pengujian eksternal (lapangan terbatas, lapangan utama, dan lapangan operasional. Pengujian eksternal menggunakan metode eksperimen, dengan desain *preexperimental design*, dan *quasi experimental design* tidak menggunakan kelompok eksperimen dan control yang diambil secara random, analisisnya menggunakan statistic deskriptif dan bila desain eksperimen menggunakan *true experimental design* maka analisisnya menggunakan statistic inferensial.

2. Pengujian internal

Pengujian internal dilakukan terhadap rancangan/desain suatu produk, bila rancangan produk berupa alat/mesin atau berupa model/kebijakan/program. Pengujian internal berdasarkan para ahli dan praktisi. Kriteria ahli adalah orang yang telah bergelar doctor atau memiliki kompetensi level 9 pada KKNi yang sesuai pada bidangnya.

3. Pengujian eksternal

a. Tahapan pengujian eksternal

Pengujian dilakukan dengan cara mencobakan produk yang telah dikembangkan dalam situasi nyata. Tahapan pengujian lapangan yaitu

- 1) Setelah rancangan produk teruji secara internal, maka rancangan tersebut dibuat menjadi produk
- 2) Selanjutnya produk diuji lapangan awal/terbatas. Pengujian lapangan awal dilakukan pada 1-3 sekolah, menggunakan 6-12 subjek. Pengumpulan data dengan wawancara, observasi, kuesioner.
- 3) Uji coba lapangan awal, hasilnya digunakan untuk merevisi sehingga siap untuk diuji lapangan utama
- 4) Uji lapangan utama, dilakukan 50-150 sekolah dengan 30-100 subjek. Pengujian menggunakan teknik eksperimen, sehingga efektifitas produk dapat diketahui dengan membandingkan nilai sebelum dan sesudah menggunakan produk.
- 5) Hasil uji lapangan utama digunakan untuk merevisi produk, sehingga produk siap untuk diuji lapangan operasional
- 6) Uji lapangan operasional dilakukan pada 10-30 sekolah dengan 40-400 subjek dengan metode eksperimen. efektifitas diketahui dengan membandingkan nilai sebelum dan sesudah menggunakan produk.

- 7) Hasil uji lapangan operasional digunakan untuk perbaikan produk lagi, sehingga produk siap didiseminasikan dan diimplementasikan
- 8) Setelah produk efektif dan efisien maka produk selanjutnya didiseminasikan. Diseminasi dilakukan dengan membuat laporan mengenai produk pada pertemuan professional pada jurnal-jurnal. Bekerjasama dengan penerbit untuk melakukan distribusi secara komersial, memonitor produk yang telah didistribusikan guna membantu kendali mutu.

b. Metode pengujian eksternal

Pengujian eksternal produk, baik produk bidang teknik maupun sosial pada umumnya menggunakan metode eksperimen. Penelitian eksperimen digunakan jika ingin meneliti sebab dan akibat antara variable independen dan dependen.

Pada penelitian eksperimen ada 4 faktor utama yaitu hipotesis, variabel independen, variabel dependen dan subjek. Terdapat beberapa bentuk desain eksperimen yaitu *pre-experimental designs, true experimental design, factorial design, quasi experimental design*.

4. Contoh pengujian lapangan

Beberapa hal yang harus diperhatikan pada saat pengujian lapangan yaitu

- a. Rumusan masalah
- b. Hipotesis
- c. Desain pengujian

C. Riset pengembangan media promosi kesehatan

Riset dalam pengembangan media promosi kesehatan sudah memiliki berbagai macam jenis, seperti penelitian Analisis Kebutuhan Untuk Merancang Komik Anak “ASETARO” (Aku Akan Tetap Sehat Tanpa Asap Rokok) oleh Salawati dan Nuke Devi Indrawati tahun 2015. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melindungi generasi muda dari bahaya rokok.

Hasil dari penelitian tersebut adalah menunjukkan bahwa siswa menyukai komik fiksi ilmiah yang dapat memberikan pengetahuan sekaligus memberikan imajinasi. Siswa juga sangat membutuhkan beberapa informasi tentang kandungan racun dalam rokok, mengapa rokok bisa menyebabkan kecanduan dan penyakit, serta dampak rokok terhadap perokok aktif dan pasif. Selain itu ditemukan juga adanya anggapan bahwa perilaku merokok adalah perilaku orang dewasa, dan anak-anak tidak diperbolehkan merokok karena badannya masih lemah. Jadi kesimpulan dari penelitian ini adalah komik pendidikan kesehatan mengenai bahaya rokok akan menggunakan pendekatan fiksi ilmiah.

Penelitian lainnya yaitu *Need Assesment in Elementary School Students about the Effects of Second Hand Smoke Exposure: Baseline studies in the Development of Picture Stories as Smoking Media Literacy for Children*, oleh Septian Emma Dwi Jatmika,

Muchsin Maulana, dan Mufidatusholihah tahun 2019. Penelitian ini bertujuan menganalisis kebutuhan anak Sekolah Dasar dalam rangka mengembangkan cerita bergambar, sebuah media edukasi kesehatan tentang bahaya rokok.

Metode yang digunakan adalah kualitatif. Data diperoleh melalui Focus Group Discussion (FGD) kepada sejumlah siswa kelas 3,4 dan 5 SD serta literature review. Hasil penelitian menunjukkan bahwa buku cerita bergambar yang dikembangkan oleh peneliti menyajikan materi dalam bentuk cerita yang dilengkapi dengan gambar-gambar yang penuh warna. Tema yang dipilih adalah kesehatan. Tokoh utama diperankan oleh tokoh sebaya dengan tokoh sampingan seperti guru, dokter dan orangtua.

Cerita bergambar memiliki latar tempat cerita terjadi di sekolah dan rumah,. Latar waktu juga tidak jauh dari aktivitas anak-anak yaitu saat belajar di sekolah dan pulang dari sekolah. Alur cerita dibina lurus atau kronologis. Gaya bahasa dalam buku cerita ini menggunakan percakapan yang dilakukan sehari-hari. Kebutuhan informan terhadap informasi meliputi perbedaan perokok aktif dan perokok pasif, penyakit akibat paparan second hand smoke pada anak dan upaya preventif dan promotif yang dapat dilakukan untuk mengurangi paparan second hand smoke pada anak

. Penelitian lainnya mengenai media promosi kesehatan adalah Pengembangan Media Promosi Kesehatan Tentang Keselamatan Berkendara Sepeda Motor Pada Siswa SMA oleh Tino Oktario Yosendha

dan Sri Widati tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk membuat media keselamatan berkendara yang sesuai di SMA Budi Sejati Surabaya.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dan rancangan penelitian *cross sectional*, yaitu dengan memberikan *pre test* menggunakan kuesioner, selanjutnya dibuat sebuah media, dan hingga dilakukan uji media. Sampel populasi terdiri dari SMA Budi Sejati Surabaya yang berjumlah 40 siswa dan yang dapat diteliti oleh responden adalah 32 siswa. Hasil penelitian ini menunjukkan sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan berusia 16–18 tahun, memiliki pengetahuan, sikap, motivasi dan tindakan yang baik tentang keselamatan berkendara sepeda motor. Responden juga merasa rentan terhadap kecelakaan sepeda motor. Media yang digunakan adalah poster tentang pentingnya memiliki SIM saat berkendara sepeda motor dan media sosial *facebook*.

III. Rangkuman

Pada pengembangan media, dimulai dengan beberapa langkah seperti desain dan perencanaan produk, yang kemudian menyesuaikan tipe desain hingga spesifikasi. Kemudian pada fase 1 pembuatan media dilakukan desain konseptual yaitu mengembangkan permasalahan, fase 2 desain perwujudan yaitu menggambar komponen media yang ingin dibuat, dan fase 3 desain detail yaitu dihasilkannya gambar kerja yang lengkap dengan dimensi.

Media yang sudah diciptakan kemudian juga akan dilakukan pengujian. Pengujian yang dilakukan yaitu

pengujian R&D, pengujian R&D dibagi menjadi dua, yaitu pengujian internal dan pengujian eksternal. Pengujian internal didasarkan pada pengujian rancangan produk yang telah dikembangkan, sedangkan pengujian eksternal dilakukan untuk pengujian lapangan yang menggunakan metode eksperimen.

Pengujian produk juga didasarkan pada level pengujiannya, pada level 1 hanya dilakukan pada rancangan produk, terutama dari segi performa, system kerja, proses produksi dan kebutuhan pasar. Pada level 2, mengamati dan mencatat fungsi spesifikasi produk hingga didapatkan sebuah hipotesis. Pada level 3, dilakukan empat kali pengujian, satu kali pengujian internal dan tiga kali pengujian eksternal. Penelitian internal dilakukan untuk mendapatkan rancangan produk, sedangkan penelitian eksternal pada level ini dilakukan untuk mendapatkan hasil dari pengujian lapangan terbatas, utama dan operasional.

Kemudian pada level 4, dilakukan empat tahap pengujian. Pengujian pertama yaitu pengujian internal kemudian dilakukan pengujian eksternal. Pengujian eksternal dilakukan dengan menggunakan metode eksperimen, desain *preexperimental design*, dan *quasi experimental design* tidak menggunakan kelompok eksperimen dan control yang diambil secara random, analisisnya menggunakan statistik deskriptif dan bila desain eksperimen menggunakan *true experimental design* maka analisisnya menggunakan statistik inferensial.

IV. Evaluasi

1. Jelaskan pengujian pada penelitian dan pengembangan level 1!
2. Sebutkan langkah-langkah pengujian dengan metode kualitatif!
3. Sebutkan tahapan pengujian eksternal!
4. Jelaskan metode yang digunakan dalam pengujian eksternal!
5. Sebutkan bentuk lain dari desain eksperimen!

V. Referensi

- Jatmika, S.E.D., Mualana, Muchsin,. Mufidatusholihah. 2019. *Need Assesment in Elementary School Students about the Effects of Second Hand Smoke Exposure: Baseline studies in the Development of Picture Stories as Smoking Media Literacy for Children*. Universitas Ahmad Dahlan. Yogyakarta
- Salawati, Trizxie dan Indrawati, N.D,. 2015. Analisis Kebutuhan Untuk Merancang Komik Anak “ASETARO” (Aku Akan Tetap Sehat Tanpa Asap Rokok). *Jurnal Kesehatan Masyarakat* Vol 11 No.2 Hal 96-103
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian & Pengembangan*. Alfabeta Bandung. Bandung
- Yosendha, T.O dan Widati,Sri. 2016. Pengembangan Media Promosi Kesehatan Tentang Keselamatan Berkendara Sepeda Motor Pada Siswa SMA. *Jurnal Promkes* Vol. 4 No.2 Hal. 222-231

BAB V

Macam Media Cetak Sebagai Media Promosi Kesehatan

I. Capaian Pembelajaran

- A. Mahasiswa mampu memahami macam media cetak
- B. Mahasiswa mampu memahami karakteristik media cetak
- C. Mahasiswa mampu memahami riset pengaruh penggunaan media cetak pada kesehatan

II. Isi Materi

A. Macam media cetak

Media cetak merupakan istilah yang seringkali digunakan untuk istilah umum dari media yang berasal dari barang cetak. Pembelajaran berbasis teks mulai dikenal sejak tahun 1960-an. Seiring berjalannya waktu, media berbasis teks menjadi lebih interaktif. Berbagai cara digunakan untuk menarik perhatian pada media berbasis teks seperti bagian warna, huruf dan kotak.

Media cetak dapat sebagai alat bantu untuk menyampaikan pesan-pesan kesehatan, beberapa contohnya seperti *booklet*, *leaflet*, *flyer*, *flipchart*, poster, foto dan cerita bergambar. *Booklet* adalah media untuk menyampaikan pesan kesehatan dalam bentuk buku baik berupa tulisan maupun gambar. *Leaflet* adalah media penyampaian informasi yang berbentuk selembur kertas yang dilipat, sedangkan *flyer* adalah selebaran yang tidak memiliki lipatan.

Flip chart adalah media yang berbentuk buku namun memiliki lembar balik. Poster adalah media cetak yang berisi pesan atau informasi kesehatan yang umumnya

ditempel di tembok, tempat umum atau kendaraan umum. Sedangkan foto merupakan media yang berbentuk dua dimensi (Notoatmodjo, 2005).

Media cetak sebagai alat bantu penyampaian pesan-pesan kesehatan sangat bervariasi, antara lain sebagai berikut :

1. *Booklet*

Booklet, ialah suatu media berbentuk buku yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan kesehatan dalam bentuk buku, baik berupa tulisan maupun gambar. *Booklet* juga biasa digunakan untuk mempromosikan barang atau produk jasa oleh suatu perusahaan. Kini *booklet* sudah banyak digunakan di Indonesia.

Kelebihan dari menggunakan media *booklet* adalah

- a) Biaya produksi yang digunakan terjangkau
- b) Informasi yang dicantumkan lengkap dan mudah dipahami
- c) Desain lebih menarik sehingga dapat membuat seseorang tertarik dan tidak bosan untuk membaca
- d) Mudah dibawa kemanapun dan dimanapun

Kekurangan dari menggunakan media *booklet* adalah

- a. Membutuhkan tempat penyimpanan yang khusus
- b. Membutuhkan keterampilan dan kreatifitas untuk membuatnya
- c. Membutuhkan keahlian mendesain atau menggambar



Gambar 1. *Booklet*
Sumber foto : *google.com*

2. *Leaflet*

Leaflet ialah media cetak berbentuk selebaran yang memiliki fungsi untuk penyampaian informasi atau pesan-pesan kesehatan melalui lembaran yang dilipat. Isi informasi dapat dalam kalimat maupun gambar, atau kombinasi. Lembaran *leaflet* hanya dilipat kemudian diberi desain yang menarik dan menggunakan bahasa yang sederhana agar mudah dipahami oleh pembaca.

Leaflet umumnya digunakan sebagai media promosi, baik berupa barang, produk atau jasa. *Leaflet* biasanya terdiri dari tiga sampai empat lipatan dalam selebarnya. Jumlah lipatan tersebut disesuaikan dengan kebutuhan yang diinginkan. Kelebihan dari menggunakan media *leaflet* adalah

- a. Mudah dibawa kemanapun dan dimanapun
- b. Biaya produksi relatif terjangkau
- c. Dapat disimpan lama
- d. Merupakan media promosi yang memiliki desain yang menarik dan unik

Kekurangan dari menggunakan media *leaflet* adalah

- a. Membutuhkan tempat penyimpanan yang khusus
- b. Membutuhkan keterampilan untuk membuatnya
- c. Membutuhkan keahlian mendesain atau menggambar



Gambar 2. *Leaflet*
Sumber gambar : google.com

3. *Flyer*

Flyer adalah media yang berupa selebaran, memiliki bentuk seperti leaflet, tetapi tidak berlipat. *Flyer* lebih umum disebut selebaran oleh masyarakat, biasanya sering ditemukan di jalan atau

tempat-tempat umum untuk mempromosikan acara, pelayanan, produk atau ide. *Flyer* biasanya hanya digunakan secara manual saja, dari tangan satu ke tangan yang lain.

Karena kegunaan *flyer* sebagai media promosi praktis yang digunakan secara manual, maka tidak banyak masyarakat yang menyimpannya. Ada beberapa pembaca yang kemudian membuang *flyer* setelah membacanya. Hal ini yang menyebabkan selebaran tersebut disebut *fly-er* yang berarti terbang atau beterbangan.

Kelebihan dari menggunakan media *flyer* adalah

- a. Mudah dibawa kemanapun dan dimanapun
- b. Biaya produksi relatif terjangkau
- c. Informasi singkat dan mudah dipahami

Kekurangan dari menggunakan media *flyer* adalah

- a. Cakupan khalayak terbatas
- b. Media terbuat dari bahan yang tidak tahan lama atau membutuhkan tempat penyimpanan khusus



Gambar 3. *Flyer*

Sumber gambar : *google.com*

4. *Flip chart*

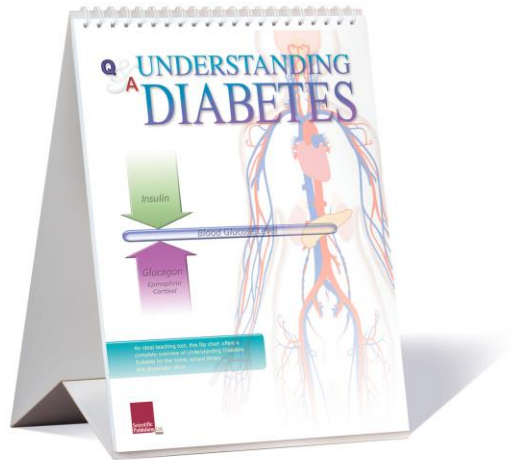
Flip chart adalah (lembar balik), media penyimpanan pesan atau informasi kesehatan dalam bentuk lembar balik. Biasanya dalam bentuk buku dimana tiap lembar (halaman) berisi gambar peragaan dan lembaran baliknya berisi kalimat sebagai pesan atau informasi yang berkaitan dengan gambar tersebut.

Media *flip chart* merupakan media yang gambar atau grafik yang meluaskan perkembangan perkembangan ide, objek, atau orang. *Flip chart* merupakan media berupa lembaran kertas yang berisi pesan berupa gambar atau tulisan. Pesan-pesan di dalam *flip chart* disusun dengan urut dan baik.

Media *flip chart* digunakan sebagai media dengan beberapa prinsip, yaitu kesederhanaan, keterpaduan, penekanan, keseimbangan, bentuk, ruang, serta warna. Setiap lembar *flip chart* terdapat gambar yang dibuat secara proporsional, kemudian dibawahnya terdapat tulisan atau kata yang dapat dilihat dengan jelas.

Gambar yang terdapat di dalam *flip chart* harus terlihat jelas bentuknya dan jelas akan maksud dari gambarnya. Ukuran huruf yang digunakan juga harus proporsional dengan ukuran kertas. tata letak gambar dibuat rata dan berada ditengah. Menurut Cucu Eliyawati (2005) cara membuat *flip chart* adalah sebagai berikut

- a. Menentukan ide pokok
 - b. Merencanakan gambar dan sejenisnya dengan tepat untuk memvisualisasikan ide
 - c. Lembaran kertas yang sama ukuran kemudian dijilid menjadi satu
 - d. Kertas *flip chart* dilubangi agar mudah dijadikan satu jilid
 - e. Membuat dua bingkai dari kayu yang kemudian diikat dengan kertas chart oleh dua baut
 - f. Pada ujung bingkai dibuat lubang untuk menggantung tali pita
 - g. Kemudian *flip chart* dari bingkai kayu dijadikan satu dengan baut atau ring
 - h. *Flip chart* dapat diletakkan pada papan tulis yang terbuat dari kayu dan tidak menempel di dinding
- Kelebihan dari menggunakan media *flip chart* adalah
- a. Mudah dipahami
 - b. Memiliki tata letak desain yang sederhana, dengan perbedaan antara *lay out* depan dan belakang
 - c. Mudah dibawa kemanapun
 - d. Biaya produksi relatif murah
- Kekurangan dari menggunakan media *flip chart* adalah
- a. Cakupan khalayak terbatas
 - b. Membutuhkan tempat penyimpanan yang khusus
 - c. Membutuhkan keterampilan dan kreatifitas untuk membuatnya
 - d. Membutuhkan keahlian mendesain atau menggambar



Gambar 4. *Flip Chart*

Sumber gambar : *google.com*

5. Poster

Poster ialah bentuk media cetak yang berisi pesan atau informasi kesehatan, yang biasanya ditempel ditembok-tembok, di tempat-tempat umum, atau dikendaraan umum. Poster memiliki fungsi yang menarik ditengah-tengah media komunikasi visual. Poster memiliki peran yang sangat cepat untuk menanamkan atau mengingatkan akan gagasan yang disampaikan kepada pembaca. Poster juga dapat digunakan sebagai media belajar, sebagai contoh atau model dalam menyampaikan pesan.

Poster merupakan ilustrasi gambar yang disederhanakan pada ukuran besar dan bertujuan untuk menarik perhatian pada gagasan pokok, fakta atau peristiwa. Poster merupakan gabungan antara

kesederhanaan dan dinamis. Tujuan utama poster yaitu membangkitkan motivasi, minat, ingatan hingga media iklan.

Karena fungsinya tersebut, poster memiliki daya tarik pandang yang kuat jika ingin menarik perhatian pembaca. Dengan demikian poster dapat didefinisikan sebagai kombinasi visual dari rancangan yang kuat dengan warna dan pesan. Kegunaan poster secara umum diantaranya yaitu sebagai motivasi, peringatan dan pengalaman kreatif. Kelebihan dari media poster adalah

- a. Biaya produksi relatif murah
- b. Memiliki desain yang menarik hingga mudah dipahami
- c. Mudah ditemukan di tempat-tempat umum

Kekurangan dari media poster adalah

- a. Cakupan khalayak terbatas
- b. Membutuhkan tempat penyimpanan yang khusus
- c. Membutuhkan keterampilan dan kreatifitas untuk membuatnya
- d. Membutuhkan keahlian mendesain atau menggambar



Gambar 5. Poster

Sumber gambar : promkes.kemendes.go.id

6. Foto

Foto dapat digunakan dengan tujuan pembelajaran individu, kelompok kecil atau kelompok besar. Foto juga dapat mengungkapkan informasi kesehatan melalui dua dimensi. Foto dapat menerjemahkan konsep atau gagasan yang abstrak menjadi lebih realistik

Kelebihan dari media foto adalah

- a. Mudah dipahami
- b. Mudah dibawa kemana pun

c. Memiliki desain visual yang menarik

Kekurangan dari media foto adalah

a. Cakupan khalayak terbatas

b. Membutuhkan keterampilan dan ketrampilan untuk membuatnya

c. Membutuhkan perawatan khusus untuk menyimpannya



Gambar 6. Foto

Sumber gambar : *google.com*

7. Cerita bergambar

Cerita bergambar merupakan salah satu dari sastra anak. Sastra anak adalah sastra yang ditulis untuk anak. Pada sastra anak berisi cerita mengenai kehidupan di sekeliling mereka. Ciri khas dari cerita anak yaitu adanya fantasi yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kreatif pada anak

tersebut. Maka dari itu karya sastra yang diberikan kepada anak harus dapat membangkitkan imajinasi, menawarkan sebuah pemikiran dan penyelesaian dengan cara yang menyenangkan.

Pada cerita anak menggunakan dua tipe alur kronologis, yaitu progresif dan episodik. Alur progresif terdiri dari bab pertama yang berupa eksposisi, tempat tokoh-tokoh, latar, dan konflik dasar diperkenalkan. Kemudian cerita dibangun hingga gawatan dan klimaks. Setelah cerita mencapai klimaks kemudian cerita berakhir dengan kesimpulan yang memuaskan (biasa disebut leraian). Sementara itu, alur episodik berupa cerita pendek atau episode, dan masing-masing bagian dari alur episode merupakan sebuah kebulatan dengan konflik dan penyelesaiannya.

Episode pada cerita anak dipersatukan dengan tokoh dan latar belakang yang sama. Sebuah episode akan membentuk kronologis yang menghubungkan antara waktu dan episode. Karena alur episodik tidak rumit, maka ia akan mudah dibaca dan dipahami. Itulah sebabnya, banyak anak yang baru naik kelas dari buku bacaan bergambar ke buku berbab, menganggap alur ini sangat menarik dan menyenangkan.

Sorot balik pada cerita anak digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai peristiwa yang telah terjadi sebelumnya. Sorot digunakan agar penulis mampu memulai cerita di tengah lakuan yang seru, tetapi kemudian mengisinya dengan latar

belakang untuk pemahaman penuh atas peristiwa yang sedang terjadi. Umumnya, sorot dapat ditemukan pada bacaan untuk anak yang lebih tua, karena alur seperti itu dapat membingungkan anak dibawah usia 9 tahun.

Alat yang menarik adalah *foreshadowing*, yaitu alat yang menyiapkan pembaca untuk peristiwa yang akan datang dalam cerita. Alat ini merupakan petunjuk yang dapat mengarahkan pembaca pada sesuatu yang akan terjadi. Banyak penulis menggunakan *foreshadowing* ini bukan hanya sebagai penambah ketegangan, tetapi juga sebagai alat untuk meyakinkan keabsahan ceritanya

a. Tokoh

Tokoh merupakan ‘pemain’ dalam sebuah cerita. Tokoh yang digambarkan secara baik dapat menjadi teman, tokoh identifikasi, atau bahkan menjadi orang tua sementara bagi pembaca. Walaupun peristiwa yang menarik sangat diminati anak, tokoh-tokoh yang bergerak dalam peristiwa itu haruslah penting sesuai dengan yang merekaandrungi.

b. Latar

Waktu/latar merupakan petunjuk sebuah kisah terjadi pada latar sebuah cerita. Latar memiliki fungsi, lebih atau kurang, bergantung pada ceritanya. Misalnya, dalam fiksi kesejarahan, penciptaan kembali masa yang otentik sangatlah penting untuk dapat memahami peristiwa-peristiwa dalam cerita. Dalam hal ini,

penggambaran latar waktu dan tempat secara penuh disebut latar integral. Ceritanya tak akan sama diletakkan pada latar yang lain.

c. Tema

Tema sebuah cerita adalah makna tersembunyinya. Meskipun kita sering mengira tema adalah moral atau pesan/amanat cerita, sebetulnya bisa saja hanya sebuah pengertian estetis, seperti penghargaan pada alam, atau pemahaman akan sebuah isu sosial. Yang jelas, tema sebuah cerita adalah 'apa yang dikatakan penulis'. Saya menganggap membicarakan tema ini lebih sulit, karena dengan pengertian inilah kita dapat memahami, apakah seorang penulis berhasil mengatakan apa yang hendak dikatakannya.

d. Gaya

Bagaimana seorang penulis berkisah, itulah gaya. Bagaimanapun, harus diingat, gaya haruslah cocok dengan isi. Keduanya saling mempengaruhi. Berbagai aspek dapat ditelaah dalam menilai gaya sebuah fiksi. Yang paling umum adalah pilihan kata. Apakah panjang atau pendek, biasa atau tidak, berirama atau melodius, membosankan atau menggairahkan, kaya atau miskin, emosional atau tidak, atau menggunakan dialek atau bukan. Kata-kata itu haruslah tepat digunakan untuk cerita itu. Kita pasti bisa merasakan bahwa pilihan kata tertentu menimbulkan efek tertentu pula

Kelebihan dari media cerita bergambar adalah

- a. Mudah dibawa kemanapun
- b. Memiliki desain media yang menarik sehingga banyak diminati anak-anak
- c. Mempengaruhi emosional anak sehingga memudahkan anak untuk menerima pesan yang disampaikan pada cerita

Kekurangan dari media cerita bergambar adalah

- a. Biaya produksi tidak murah
- b. Membutuhkan orang dewasa untuk anak-anak dapat memahaminya
- c. Membutuhkan kreatifitas yang tinggi untuk membuatnya



Gambar 6. Foto

Sumber gambar : [google.com](https://www.google.com)

Media cetak memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan yaitu

Kelebihan media cetak

- a. Relative membutuhkan sedikit tenaga dalam pembuatannya
- b. Biaya produksi relative murah
- c. Memiliki ruang penyimpanan pesan tak terbatas
- d. Kesan yang diperoleh pembaca lebih mendalam

Kekurangan media cetak

- a. Membutuhkan modal yang tidak sedikit untuk digunakan
- b. Kekuatan pesan memiliki resiko tidak konkret
- c. Cakupan khalayak terbatas

B. Karakteristik media cetak

Media cetak memiliki karakteristik yaitu

1. Bersifat lebih fleksibel, mudah dibawa kemana-mana bisa disimpan
2. Bisa dibaca kapan saja
3. Tidak terikat waktu
4. Dalam penyajian iklan lebih informativ,tengkap dan spesifik untuk memenuhi kebutuhan konsumen
5. Dalam hal penyampaian kritik, media cetak lebih berbobot dan lebih efektif karena diulas lebih mendalam dan bisa menampung banyak opini

Warna digunakan sebagai alat penutun dan penarik perhatian pada informasi penting contohnya pemberian warna merah pada kata kunci. Kemudian huruf dicetak tebal atau miring dengan tujuan memberikan penekanan pada kata kunci atau judul. Informasi-informasi penting

juga dapat diberi tekanan dengan cara menggunakan kotak, sedangkan penggunaan garis bawah sebagai alat penuntun dapat dihindari karena membuat kata sulit dibaca.

Karakteristik masing-masing media cetak seperti berikut

1. *Booklet*

Booklet memiliki beberapa karakteristik, diantaranya yaitu

- a. Dapat dibaca dimana pun dan kapan pun
- b. Dapat dibaca berulang-ulang
- c. Biaya operasional relatif lebih murah
- d. Daya jangkau populasi terbatas
- e. Daya pengaruh kurang atau rendah

2. *Leaflet*

Leaflet memiliki beberapa karakteristik, diantaranya yaitu

- a. Dapat dibaca dimana pun dan kapan pun
- b. Dapat dibaca berulang-ulang
- c. Biaya operasional relative lebih murah
- d. Daya jangkau populasi terbatas
- e. Daya pengaruh kurang atau rendah

3. *Flyer*

Flyer memiliki beberapa karakteristik, diantaranya yaitu

- a. Berukuran kecil dan tidak memiliki lipatan
- b. Dapat dibaca dimanapun dan kapanpun
- c. Biaya operasional relatif lebih murah
- d. Daya jangkau populasi terbatas
- e. Daya pengaruh kurang atau rendah

4. *Flif chart*

Flif chart memiliki beberapa karakteristik, diantaranya yaitu

- a. Dapat dibaca dimana pun dan kapan pun
- b. Dapat dibaca berulang-ulang
- c. Biaya operasional relatif lebih murah
- d. Daya jangkau populasi terbatas
- e. Daya pengaruh kurang atau rendah

5. Poster

Poster memiliki beberapa karakteristik, diantaranya yaitu

- a. Dinamis dan menonjolkan kualitas
- b. Desain sederhana dan menggunakan kata-kata yang singkat
- c. Konten dan desain poster sederhana, sehingga tidak diperlukan pengamatan yang kuat bagi pembaca poster

6. Foto

Foto memiliki beberapa karakteristik, diantaranya yaitu

- a. Mudah dimanfaatkan dan praktis untuk menyampaikan pesan kesehatan
- b. Menarik perhatian pengamat
- c. Dapat menerjemahkan gagasan yang abstrak menjadi lebih realistic

7. Cerita bergambar

Cerita bergambar memiliki beberapa karakteristik. Diantaranya yaitu

- a. Buku cerita bergambar memiliki seri konsep yang unik dan menarik

- b. Konsep yang dibuat harus mudah dipahami oleh anak-anak
- c. Gaya penulisan sederhana

C. Riset pengaruh penggunaan media cetak pada kesehatan

Riset dalam penggunaan media cetak pada promosi kesehatan diantaranya yaitu “Pendidikan Gizi Dengan Media *Booklet* Terhadap Pengetahuan Gizi” oleh Siti Zulaekah pada tahun 2012. Latar belakang dari penelitian ini adalah anemia yang kini menjadi masalah kesehatan di hampir seluruh negara berkembang. Penelitian ini mengangkat masalah penelitian tentang bagaimana efek pendidikan gizi terhadap perubahan pengetahuan gizi.

Tujuan dari penelitian ini untuk mencari efek pendidikan gizi terhadap perubahan pengetahuan gizi anak sekolah dasar yang anemia. Penelitian menggunakan jenis penelitian pra eksperimen atau *quasy experiment* dengan rancangan *one group pretest posttest design*. Penelitian dilakukan di SDN Kartasura I, SDN Kartasura IV, SDN Kartasura V dan SDN Pucangan I.

Karakteristik sampel pada penelitian ini adalah siswa kelas IV dan V yang menderita anemia sebanyak kepada 36 anak. Sampel ditentukan dengan cara *simple random sampling*, setiap sampel yang memiliki kriteria inklusi dan eksklusi mendapatkan kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Siswa yang sudah terpilih kemudian dimintakan ijin kepada orang tuanya masing-masing untuk diikutkan dalam penelitian.

Pada penelitian ini setiap anak, orang tua dan guru diberi pendidikan mengenai gizi secara komperhensif. Siswa yang anemia diberikan pendidikan tentang gizi dengan metode ceramah dan tanya jawab sebanyak dua minggu sekali dalam waktu 12 minggu. Alokasi waktu pendidikan gizi kepada siswa selama 50 menit, menggunakan alokasi waktu jam pelajaran. Pendidikan tentang gizi menggunakan alat bantu *booklet* yang dibagikan kepada siswa. Pendidikan kepada orang tua dan guru diberikan selama empat minggu sekali dengan durasi waktu 30-60 menit. Pendidikan kepada guru dilakukan di sekolah, sedangkan kepada orang tua wali diberikan di rumah. *Booklet* yang digunakan oleh anak, guru dan orang tua merupakan *booklet* yang sama.

Pengukuran pengetahuan, diukur dengan kuesioner, dengan tipe pilihan ganda. Materi berisi soal-soal tentang pengertian anemia, orang yang beresiko terkena anemia, penyebab anemia, cara pencegahan anemia dan penanggulangan anemia. Kuesioner sebelumnya telah melewati tahap uji coba, dari hasil uji coba ini kemudian dievaluasi dan dilakukan uji validitas dan reabilitas. Jumlah kuesioner yang awalnya berjumlah 32 menjadi 25 soal setelah melalui tahap uji coba. Nilai pengetahuan gizi merupakan skor dari tiap butir skor kuesioner yang telah dikalikan empat. Digunakan analisis bivariat untuk menguji perbedaan pengetahuan gizi awal dengan pengetahuan gizi akhir. Jika data terdistribusi normal, maka uji beda yang digunakan untuk analisis adalah uji *paired t-test*. Jika data terdistribusi tidak normal dilakukan transformasi data. Jika transformasi data

belum juga normal, maka digunakan uji *Wilcoxon signed ranks test*.

Hasil penelitian menunjukkan adanya kenaikan pengetahuan gizi (17,44 point). Jika diukur secara statistik terdapat perbedaan bermakna pengetahuan gizi anak SD yang anemia sebelum dan sesudah intervensi ($p=0.0001$). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa intervensi kesimpulannya adalah pendidikan gizi efektif dalam meningkatkan pengetahuan gizi.

Penelitian selanjutnya yaitu Pemberian Pendidikan Kesehatan Melalui Media Leaflet Efektif Dalam Peningkatan Pengetahuan Perilaku Pencegahan Tuberkulosis Paru Di Kabupaten Ponorogo oleh Sulisty Andarmoyo tahun 2015. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keefektifitasan media leaflet untuk digunakan sebagai pendidikan kesehatan pencegahan tuberkulosis. Penelitian menggunakan pre ekperimental dengan rancangan *one group pre test and post test design*. Responden pada penelitian ini adalah penderita Tuberkulosis Paru sejak tahun 2013 dan 2014, yang diambil dengan purposive sampling sejumlah 30 responden. Penelitian diawali dengan *pretest* kemudian diberikan Pendidikan kesehatan dengan media leaflet dan dilakukan *posttest*.

Hasil dari penelitian ini adalah adanya perbedaan yang bermakna pada pengetahuan tentang tuberkulosis paru sebelum dan sesudah dilakukan pendidikan kesehatan dengan menggunakan media leaflet. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa media leaflet

memiliki pengaruh pengetahuan pada pendidikan tuberculosis.

Penelitian yang terakhir adalah Penggunaan Poster Sebagai Media Komunikasi Kesehatan oleh Sumartono, dan Hani Astuti pada tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keefektifitasan media poster sebagai media komunikasi kesehatan. Penelitian menggunakan deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa media poster efektif digunakan sebagai media komunikasi kesehatan. Hal ini dikarenakan poster memiliki tampilan yang menarik berupa gambar, warna, dan isi pesannya yang bermanfaat.

III. Rangkuman

Media cetak mulai dikenal sejak tahun 1960-an, berbagai jenis media cetak yaitu *booklet*, *leaflet*, *flyer*, *flipchart*, poster, foto dan cerita bergambar. Berdasarkan karakteristiknya, *booklet* adalah media cetak yang berbentuk seperti buku, sedangkan *leaflet* merupakan media cetak yang berbentuk selebaran. Kemudian *flyer* juga berbentuk selebaran juga namun tidak memiliki lipatan seperti *leaflet*.

Flip chart merupakan media cetak yang berupa lembar balik, memiliki bentuk seperti buku. Poster merupakan media yang ditempelkan di dinding atau tembok, kemudian foto yang dapat dijadikan media pembelajaran individu pada kelompok kecil atau kelompok besar. Media cetak memiliki beberapa karakter, diantaranya yaitu bersifat lebih fleksibel, bias dibaca kapan saja, tidak

terikat waktu, penyajian lebih informativ, dan dalam hal mengkritik media cetak lebih baik dalam menyampaikan opininya.

IV. Evaluasi

1. Jelaskan perbedaan *booklet* dan *leaflet*!
2. Sebutkan 5 macam media cetak yang dapat digunakan untuk promosi kesehatan!
3. Jelaskan karakteristik media cetak!
4. Media cetak apa yang cocok digunakan untuk warga yang tidak dapat membaca?
5. Jelaskan kelebihan media cetak dalam penyajian iklan!

V. Referensi

- Andarmoyo, Sulistyoy,. 2015. Pemberian Pendidikan Kesehatan Melalui Media Leaflet Efektif Dalam Peningkatan Pengetahuan Perilaku Pencegahan Tuberkulosis Paru Di Kabupaten Ponorogo. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan*
- Daryanto. 2016. *Media Pembelajaran Perannya Sangat Penting Dalam Mencapai Tujuan Pembelajaran Edisi ke 2 Revisi*. Gava Media. Yogyakarta
- Darwanto. 2011. *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Eliyawati, C. 2005. *Pemilihan dan Pengembangan Sumber Belajar Untuk Anak Usia Dini*. Depublikasi. Jakarta
- Notoatmodjo, S. 2005. *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasi*. PT Rineka Cipta. Jakarta
- Notoatmodjo,S. 2014. *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. PT Rineka Cipta. Jakarta

- Sarumpaet, Riris K., 2012, *Struktur bacaan anak: Kreatif Menulis Cerita Anak*, Penerbit Nuansa, Bandung
- Sudjana,N dan Rivai,A. 2009. *Media Pembelajaran*. Sinar Baru Algensiondo. Bandung
- Sumartono dan Astuti, Hani,. 2018. Penggunaan Poster Sebagai Media Komunikasi Kesehatan. *Jurnal Komunikasi* Vol.15 No.1 Hal 8-13
- Yaumi, Muhammad. 2018. *Media dan Teknologi Pembelajaran*. Prenadamedia Group. Jakarta
- Zualekah. 2012. Pendidikan Gizi Dengan Media *Booklet* Terhadap Pengetahuan Gizi. *Jurnal Kesehatan Masyarakat* Vol.7 No.2 Hal 128-132

BAB VI

Macam Promosi Kesehatan Berbasis Kearifan Lokal

I. Capaian Pembelajaran

- A. Mahasiswa mengetahui macam media berbasis kearifan lokal
- B. Mahasiswa mampu memahami karakteristik media berbasis kearifan lokal
- C. Mahasiswa mampu memahami riset pengaruh penggunaan media berbasis kearifan lokal pada promosi kesehatan

II. Isi Materi

A. Media berbasis kearifan lokal

Media berbasis kearifan lokal merupakan media sederhana yang ada disekitar kita atau menjadi ciri khas pada suatu daerah. Salah satu media kearifan lokal adalah permainan tradisional dan lagu. Kedua hal ini umumnya memiliki ciri-ciri dan karater yang berbeda dari setiap daaerah di Indonesia.

1. Permainan

Bermain adalah kegiatan yang dilakukan sepanjang hari oleh anak-anak karena bermain adalah bagian dari hidup dan hidup adalah permainan (Mayesty, 1996). Anak-anak sangat menyukai permainan dan akan terus melakukannya dimanapun mereka memiliki kesempatan. Oleh karena itu media promosi kesehatan berbasis

kearifan lokal ini sangat cocok bila dilakukan untuk menyampaikan pesan kesehatan kepada anak-anak.

Permainan pada umumnya memiliki tujuan utama untuk memelihara perkembangan atau pertumbuhan optimal pada anak. Manfaat dari bermain sendiri diantaranya adalah

- a. Penyalur energy lebih yang dimiliki oleh anak
- b. Sebagai sarana untuk menyiapkan hidupnya saat sudah dewasa. Misalnya dalam bermain peran, seorang anak tanpa sadar sudah menyiapkan dirinya melalui karakter tersebut
- c. Sebagai pelanjut citra kemanusiaan. Melalui permainan anak-anak sudah ikut melestarikan kebudayaan yang sudah dilakukan sejak jaman dahulu kala. Seperti berlari, melompat dan lain-lain.
- d. Membangun energy yang hilang. Permainan merupakan medium untuk menyagarkan badan kembali
- e. Untuk memperoleh kompensasi atas hal-hal yang tidak diperoleh sebelumnya. Melalui permainan, anak-anak dapat memuaskan keinginannya yang terpendam
- f. Untuk melepaskan emosi. Bermain dapat memungkinkan anak-anak melepaskan emosi-emosinya
- g. Stimulus untuk pembentukan kepribadiannya. Untuk pertumbuhan yang normal diperlukan stimulus (ransangan), stimulus tersebut dapat diperoleh melalui permainan.

Manfaat dari bermain diantaranya yaitu

- a. Aspek fisik
Kegiatan permainan merupakan aktifitas yang melibatkan gerakan tubuh dan otot-otot tubuh menjadi lebih kuat, sehingga akan merangsang *body kinesthetic*-nya dalam bentuk motoric kasar ataupun motoric halus.
- b. Aspek sosial emosial
Permainan membuat pemainnya berinteraksi dan merasa senang. Disini akan dibangun kecerdasan interpersonal dan intrapersonal anak.
- c. Aspek kognitif
Melalui permainan akan mengenal tentang objek-objek tertentu, seperti benda dengan permukaan kasar dan halus, rasa asam, manis dan lain-lain. Dalam bermain akan terjadi komunikasi timbal balik, sehingga kemudian pemain akan memperhatikan sesuatu, dan memusatkan perhatian mengamati dan melakukan. Disinilah terjadi kecerdasan linguistik, spatial visual dan logis matematik
- d. Aspek seni
Kemampuan dan kepekaan pada saat bermain akan membangun kecerdasan musical, linguistic, dan bodily kinesthetic.
- e. Mengasah ketajaman penginderaan
Penginderaan perlu diasah agar lebih peka terhadap hal-hal yang terjadi dilingkungan.

Disini akan terbangun kecerdasan spatal visual dan interpersonal.

f. Media terapi

Permainan dapat digunakan sebagai media terapi karena selama bermain, perilaku pemain akan bertambah cerdas. Untuk melakukan terapi ini perlu dilakukan oleh ahlinya dan tidak dilakukan sembarangan

g. Media intervensi

Permainan dapat melatih konsentrasi atau pemusatan perhatian pada tugas tertentu. Contohnya pada hambatan perkembangan Bahasa.

Permainan memiliki dua fungsi utama yaitu sebagai alat pendidikan dan alat perawatan.

a. Permainan sebagai alat pendidikan

Permainan dapat mendorong seorang anak untuk memahami lingkungannya, orang lain dan dirinya sendiri. Permainan juga dapat meningkatkan kecerdasan motoris, seni, sosial, serta berparadigma religius.

Secara ilmiah, permainan dapat memotivasi anak untuk mengetahui sesuatu lebih dalam. Oleh karena itu permainan juga harus disamakan dengan usia anak. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah kematangan terhadap perkembangan anak, alat main, alat bantu, metode yang digunakan, waktu, tempat, dan teman sebaya.

- b. Permainan sebagai salah satu alat perawatan
Permainan dapat digunakan sebagai alat dalam merawat anak yang mengalami gangguan kejiwaan. Karena permainan yang dilakukan akan lebih mendekati kejiwaan anak-anak.

Berdasarkan struktur geografis, jenis permainan dibagi menjadi dua yaitu permainan anak kota (*modern*) dan permainan anak desa (*tradisional*).

1. Permainan anak kota (*modern*)

Jenis permainan anak kota umumnya memiliki beberapa kalangan seperti permainan anak-anak dari keluarga yang berada dikota besar padat dan ramai. Permainan anak yang tinggal dipinggiran kota yang lingkungannya tidak terlalu ramai dan padat. Jenis permainan kedua kalangan ini tentu berbeda.

Jenis permainan anak pada masyarakat di kota padat umumnya anak-anak tidak diperbolehkan keluar rumah karena lingkungan yang ramai sehingga berbahaya. Mereka hanya bermain di rumah dengan berbagai jenis permainan seperti komik, televise, buku, hingga mainan buatan pabrik yang mewah. Sedangkan permainan untuk masyarakat dipinggiran kota, lebih sering bermain di lingkungannya seperti berlari-lari di gang kecil, atau menciptakan permainan yang menyerupai permainan yang ada di took dengan bahan yang lebih sederhana.

2. Permainan anak desa (tradisional)

Permainan anak desa memiliki banyak jenis yang dikenal dari jaman dahulu hingga kini. Beberapa jenis permainan tradisional yang berasal dari daerah Jawa seperti *gobag bunder*, *gobag-gondel*, *gobag sodor*, *dakon*, *gangsingan paton*, *kuwungan* dan lain sebagainya. Permainan-permainan tersebut dibahas dalam buku L. Th. Mayer yang berjudul *Een Blick in het Javensche volksleven* Jilid II.

Permainan tradisional umumnya dimainkan oleh beberapa pemain dan menggunakan sejumlah bahan main. Bahan main tersebut mulai dari yang berbentuk kasar halus, besar kecil, berat ringan, tebal tipis dan sebagainya. Permainan tradisional memiliki kriteria seperti memotivasi intrinsik, memiliki pengaruh positif, bukan dikerjakan sambil lalu (bersifat peran). Selain untuk melatih sensori, permainan tradisional juga dapat mengembangkan pengendalian diri dan memahami tuntutan dari luar saat anak melakukan bermain peran.

Menurut Gowen, bermain peran dapat menjadi sebuah kekuatan yang menjadi dasar perkembangan daya cipta, tahapan, ingatan, kerja sama kelompok, penyerapan kosakata, konsep hubungan kekeluargaan, pengendalian diri, keterampilan mengambil sudut pandang spasial, afeksi dan kognisi. Kelebihan dari permainan

tradisional sendiri adalah merangsang kreatifitas, melatih ketekunan, membentuk kerjasama,

Permainan tradisional merupakan jenis permainan yang memiliki nilai-nilai budaya. Nilai budaya tersebut umumnya merupakan warisan leluhur yang harus dilestarikan kebudayaannya. Promosi kesehatan dapat disisipkan melalui media permainan tradisional tanpa mengurangi nilai budaya yang menjadi ciri khas didalamnya. Beberapa permainan tradisional yang dapat dilakukan diantaranya yaitu membuat rumah dari bahan dasar kayu atau bambu, menyusun bangunan balok, lompat tali dan lain sebagainya.

3. Lagu

Di Indonesia setiap daerah memiliki lagu dari daerahnya. Lagu-lagu tersebut menggunakan Bahasa yang berasal dari daerahnya masing-masing. Adapun pengetahuan musik adalah suara yang disusun demikian sehingga mengandung irama, lagu dan keharmonisan terutama suara yang dihasilkan dari alat-alat yang disebut menghasilkan bunyi-bunyian.

Musik yang indah merupakan kebutuhan pokok bagi manusia, karena dengan adanya music manusia akan meraa senang, gembira dan merasa nyaman. Fungsi musik atau lagu di bidang akademis yaitu dapat menjadi media pembentukan pola belajar, dapat mengatasi kebosanan, dan dapat menjadi

penangkal kebisingan yang ada dilingkungan eksternal.

Lagu memiliki manfaat yang baik untuk otak kanan, dimana otak kanan adalah tempat kemampuan berimajinasi, kreativitas, estetika, dan inovasi. Otak kanan untuk hal yang sifatnya artistik, perasaan, emosi, gaya Bahasa, irama, music, khayalan dan lain-lain. Otak kanan memegang peranan penting bagi *emotional quotient* (EQ) seseorang. Cara kerja otak ini tidak terstruktur, cenderung tidak memikirkan hal-hal detail dengan begitu otak kanan adalah sebuah ekuatan pemikiran yang paling tinggi.

Manfaat lain yaitu sebagai ekspresi diri, sosialisasi, dan memupuk rasa percaya diri. Karena lagu yang dibawakan dapat menyenangkan diri sendiri sekaligus meningkatkan kreatifitas. Pesan yang ada didalam lagu biasanya akan mudah tersampaikan melalui pembelajaran yang menyenangkan dan suasana yang riang gembira.

Menurut Howard Gardner, musik atau lagu juga memiliki kaitan yang sangat erat dengan intelegensi seorang anak. Bahkan kemampuan musical seorang anak dimuali sejak di dalam kandungan. Musik dapat menyerap di otak (*brain*) anak, baik otak kanan atau otak kiri. Dengan demikian musik sangat berpengaruh pada tumbuh kembang anak, sejak saat di dalam kandungan hingga menginjak usia dewasa.

4. Cerita atau dongeng

Bercerita merupakan kegiatan yang menarik bagi anak-anak. Bercerita juga memberikan pengalaman kepada anak-anak untuk belajar membawakan sebuah cerita. Pada saat cerita dimulai anak-anak akan mendengarkan dengan tenang dan serius dan penuh perhatian. Sehingga anak-anak akan lebih mudah dalam menangkap cerita yang dibawakan.

Pada saat sebelum cerita dimulai, anak-anak akan diminta untuk duduk melingkar atau berjajar mengelilingi seorang pembicara. Hal ini akan memudahkan anak-anak untuk mendengar apa yang diceritakan oleh pendongeng. Berbeda dengan komik yang menggunakan gambar tidak bergerak, cerita merupakan kearifan lokal yang berupa kumpulan cerita dongeng. Dongeng merupakan kesenian yang sudah lama. Mendongeng merupakan sebuah cara untuk terus dapat meneruskan warisan budaya dari satu generasi dengan generasi yang lainnya.

Pada dasarnya metode bercerita dapat dimanfaatkan untuk media menyampaikan pesan-pesan kepada anak. Oleh karena itu maka kebiasaan bercerita harus dipertahankan, kini jenis buku cerita atau dongeng semakin bervariasi, sehingga memudahkan para orang tua untuk mengajarkan metode ini kepada anak-anak. Contoh cerita tradisional seperti legenda timun mas dan cerita si kancil.

B. Karakteristik media berbasis kearifan lokal

Media berbasis kearifan lokal memiliki karakteristik yaitu

1. Karakteristik permainan tradisional
 - a. Dilakukan berdasarkan motivasi intrinsik, yaitu muncul berdasarkan keinginan pribadi dan menjadi kepentingan sendiri
 - b. Memiliki nilai dan emosi positif pada pelaksanaannya. Terkadang ada perasaan takut pada prosesnya misalnya berseluncur dari ketinggian. Tetapi ada perasaan puas atau nikmat setelah melakukannya
 - c. Fleksibilitas. Hal ini ditandai dengan mudahnya beralih dari kegiatan satu ke kegiatan lain
 - d. Lebih menekan pada proses. Saat permainan berlangsung para pemain akan lebih menikmati proses permainan tersebut dibandingkan tujuan dari permainan tersebut
 - e. Memiliki kualitas pura-pura. Maksud dari kualitas pura-pura yaitu memisahkan dari kehidupan atau aktifitas nyata. Contohnya permainan tradisional bermain peran
2. Karakteristik lagu tradisional
 - a. Memiliki nilai moral yang diambil dari daerah tersebut.
 - b. Umumnya berisi pesan untuk mengajak masyarakat untuk mencintai alam dan tidak merusak alam
 - c. Berasal dari daerah-daerah tertentu di Indonesia

3. Karakteristik cerita atau dongeng
 - a. Bersifat unik dan menarik, sehingga dapat mengundang perasaan anak
 - b. Memiliki pesan-pesan kebaikan atau motivasi positif untuk anak

C. Riset pengaruh penggunaan media berbasis kearifan lokal pada promosi kesehatan

Salah satu riset penggunaan media berbasis kearifan lokal adalah “Kearifan Lokal Komunitas Adat Adat Terpencil Suku Taburta Dalam Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat Berbasis Rumah Tangga” oleh Marthen Segrin, Nur Nasry Noor, Ridwan M Thaha dan Alimin Maidin tahun 2016. Penelitian ini bertujuan mengkaji kearifan lokal yang dapat mempengaruhi perubahan dan pemahaman suku Taburta di Megambilis Kabupaten Memberamo Tengah.

Hasil penelitian ini menunjukkan suku Taburta sangat menjunjung tinggi adat istiadat terkait nilai-nilai kesehatan yang mereka pahami. Terdapat nilai yang berkenaan dengan PHBS, yakni menimbang bayi dan balita, JPKM, olahraga dan aktifitas fisik, penggunaan air bersih dan memberantas jentik nyamuk. Kebijakan program intervensi PHBS sebaiknya merujuk pada kearifan lokal masyarakat suku setempat.

Penelitian selanjutnya yaitu penelitian oleh Sitti Nur Djannah, Herti Maryani, dan Septian Emma Dwi Jatmika pada tahun 2017 dengan judul Seni Jathilan Modifikasi Kesehatan Reproduksi Remaja Dalam Peningkatan Pengetahuan Dan Sikap Pada Remaja

Jathilan Turonggo Wiro Budoyo Kota Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Jathilan* modifikasi KRR sebagai media promosi kesehatan berbasis budaya lokal terhadap tingkat pengetahuan dan sikap remaja TWB di Wirobrajan, Yogyakarta.

Penelitian menggunakan experimental dan uji komparatif tingkat pengetahuan dan sikap kesehatan reproduksi remaja. Kelompok pertama adalah remaja yang menonton seni *jathilan* modifikasi dengan jumlah 21 orang. Kelompok kedua yaitu kelompok remaja yang diberi penyuluhan dengan metode kombinasi ceramah dan audiovisual.

Hasil dari penelitian ini adalah adanya perbedaan rerata pada tingkat pengetahuan antara kelompok intervensi dan kelompok kontrol dengan nilai $p = 0,03$ ($p < 0,05$), di mana rerata tingkat pengetahuan pada kelompok intervensi lebih tinggi (44,29) dibandingkan dengan kelompok kontrol, baik pada kelompok kontrol pertama (32,90) atau kelompok kontrol kedua (34,72).

Penelitian selanjutnya yaitu Pengaruh Media Permainan Engklek Dalam Meningkatkan Perilaku Pencegahan Diare Di SDN 2 Laeya Kabupaten Konawe Selatan Tahun 2017 oleh Muslimin La Dupai dan Fikki Prasetya. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh media permainan engklek dalam meningkatkan perilaku pencegahan diare. Penelitian ini menggunakan desain *one group pre test and post test design*, dengan populasi 53 siswa.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis univariat dan analisis bivariat dengan uji statistik *mc nemar*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh media permainan engklek dalam meningkatkan pengetahuan dan sikap siswa terhadap pencegahan diare.

III. Rangkuman

Permainan dan lagu merupakan salah satu bagian dari media berbasis kearifan lokal. Media berbasis kearifan lokal umumnya memiliki ciri khas dari suatu daerah tertentu. Permainan memiliki tujuan untuk memelihara perkembangan atau pertumbuhan optimal pada anak. Manfaat dari permainan itu sendiri diantaranya yaitu sebagai penyalur energy, sebagai sarana menyiapkan hidupnya kelak misalnya dalam bermain peran, sebagai pelanjut citra kemanusiaan (melestarikan budaya), membangun energy yang hilang, memperoleh kompensasi dari hal-hal yang tidak diperoleh sebelumnya, untuk melepaskan emosi, dan stimulus pembentukan kepribadian.

Permainan juga memiliki dua fungsi utama, yaitu sebagai alat pendidikan dan sebagai salah satu alat perawatan. Permainan dikatakan sebagai alat pendidikan karena melalui permainan seorang anak dapat mendorong dirinya untuk memahami lingkungannya, orang lain dan juga dirinya sendiri. Permainan dikatakan sebagai salah satu alat perawatan karena permainan dapat digunakan dalam merawat anak yang memiliki gangguan jiwa.

Lagu memiliki ciri khas tersendiri dari asal daerahnya, terutama dari segi bahasa, irama dan alat-alat

musik yang digunakan. Lagu memiliki manfaat yang baik untuk otak kanan, dimana otak kanan adalah tempat kemampuan berimajinasi, kreativitas, estetika, dan inovasi. Sama halnya dengan lagu, cerita atau dongeng juga merupakan metode tradisional lampau yang juga memiliki ciri khas tersendiri dari masing-masing daerah, contohnya seperti cerita Sangkuriang dari Jawa Barat.

IV. Evaluasi

1. Apakah yang dimaksud kearifan lokal?
2. Apa saja yang termasuk dalam kearifan lokal?
3. Sebutkan karakteristik kearifan lokal
4. Jelaskan kelebihan promosi kesehatan melalui kearifan lokal!
5. Jelaskan kearifan lokal salah satu daerah di Indonesia dan kaitkan dengan kesehatan!

V. Referensi

- Dupai, M.L dan Prasetya, Fikki,. 2017. Pengaruh Media Permainan Engklek Dalam Meningkatkan Perilaku Pencegahan Diare Di SDN 2 Laeya Kabupaten Konawe Selatan Tahun 2017. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kesehatan Masyarakat*. Vol.3 No.1 Hal. 1-9
- Djannah, S.N,. Maryani, Herti,. Jatmika,S.E.D,. 2017. Seni Jathilan Modifikasi Kesehatan Reproduksi Remaja Dalam Peningkatan Pengetahuan Dan Sikap Pada Remaja Jathilan Turonggo Wiro Budoyo Kota Yogyakarta. *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan* Vol.20 No.4

- Ismail, Adang. 2009. *Education Games Panduan Praktis Permainan yang Menjadikan Anak Anda Cerdas, Kreatif, dan Saleh*. Pro U Media. Yogyakarta
- Latif,M., Zukhairina., Zubaidah,R., Afandi, M. 2013. *Orientasi Baru Pendidikan Anak Usia Dini*. Prenadamedia Group. Jakarta
- Moeslichatoen. 2004. *Metode Pengajaran Di Taman Kanak-Kanak*. PT Rineka Cipta. Jakarta
- Sagrim, Marthen., Noor,N.N., Thaha,R.M., dan Maidin, Alimin. 2016. Kearifan Lokal Komunitas Adat Adat Terpencil Suku Taburta Dalam Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat Berbasis Rumah Tangga. Jurnal Universitas Hasanuddin Vol.11 No.4 Hal 218-226
- Yaumi, Muhammad. 2018. *Media dan Teknologi Pembelajaran*. Prenadamedia Group. Jakarta

BAB VII

Media Audio Visual Sebagai Media Promosi Kesehatan

I. Capaian Pembelajaran

- A. Mahasiswa mengetahui macam media audio visual (AVA)
- B. Mahasiswa mampu memahami karakteristik media AVA
- C. Mahasiswa mampu memahami riset pengaruh penggunaan media AVA pada promosi kesehatan

II. Isi Materi

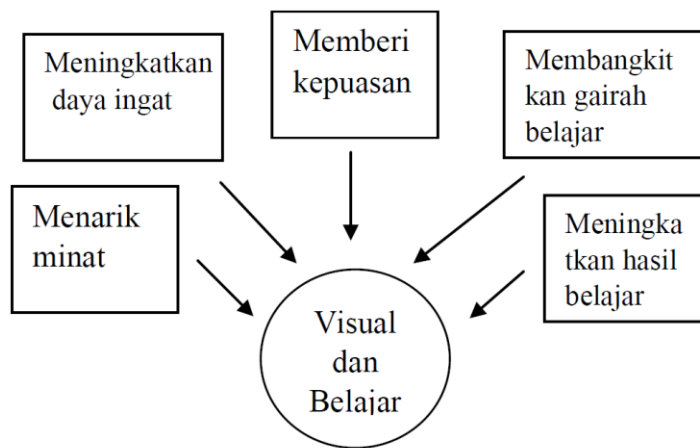
A. Media berbasis audio visual (AVA)

AVA atau *audio visual aids* adalah media yang dapat dilihat dan didengar, yang berguna dalam membantu menstimulasi indra mata (penglihatan) dan telinga pada waktu terjadinya proses penerimaan pesan. Media visual memiliki beberapa manfaat, diantaranya

1. Memudahkan seseorang mengingat

Media visual memiliki hubungan antara visualisasi gambar dengan pikiran. *Perceiving and thinking are indivisibly intertwined*, hal ini menunjukkan bahwa melihat memiliki kontribusi positif dalam berfikir. Sedangkan berfikir merupakan fondasi untuk mengonstruksi pengetahuan. Beberapa penelitian juga mengungkapkan bahwa seseorang dapat memiliki daya ingat yang baik melalui gambar dari pada hanya dengan kata-kata (Anglin, Towers & Levie: 1996, Branden, 1996, dan Lazo & Smith, 2014).

2. Penggunaan gambar juga dapat membuat seseorang lebih focus, karena gambar dapat memusatkan perhatian.
3. Gambar dapat mempengaruhi gairah dan emosional pembaca, selain itu juga menambah kreatifitas



Gambar 23. Manfaat media Visual

Media visual yang menggabungkan penggunaan suara atau alat bantu AVA contohnya yaitu televisi, video, dan film.

1. Televisi

Televisi berwarna pertama kali diudarkan dan dijual secara komersial pada 17 Desember 1953, diresmikan oleh FCC. Sistem televisi berwarna ini didesain oleh RCA. Tercatat sebelumnya telah diperkenalkan konsep televisi berwarna oleh Zworykin pada 1925 dan mendapat paten dari

pemerintah Amerika. Era penyiaran digital telah dipelopori sejak 1998 di Inggris dan Amerika Serikat, kemudian diikuti oleh negara-negara lain.

Faktor cepatnya proses era digital ini adalah jumlah industri penyiaran televisi siaran bebas (swasta) disetiap kota yang jumlahnya mencapai kisar empat sampai tujuh televisi. Perkembangan televisi sebagai media massa begitu pesat karena sangat dirasakan manfaatnya, dalam waktu singkat dapat menjangkau jumlah dan wilayah yang tidak terbatas.

Televisi banyak menampilkan berbagai program, salah satunya adalah iklan layanan masyarakat. Iklan adalah salah satu strategi pemasaran yang masih sangat populer digunakan untuk mengkomunikasikan produk atau nilai. Iklan berfungsi untuk memberikan informasi agar membuat konsumen atau khalayak sadar akan nilai yang disampaikan. Misalnya nilai tentang kesehatan pencegahan demam berdarah pada iklan layanan masyarakat.

Menurut penjelasan Lyle, televisi mampu memberikan apresiasi kepada penonton. Televisi menekankan penyiarannya melalui audio visual. Hal tersebut menyebabkan apabila seseorang melihat susunan gambar visual di televisi akan merasa ada sesuatu yang baru, karena penonton hampir tidak dapat membedakan pengalaman yang pernah dimiliki. Hal ini berarti audio visual dapat memberikan pengalaman-pengalaman baru.

Kelebihan dari televisi sebagai media komunikasi adalah

- a. Memiliki sifat audio visual
- b. Memiliki kemampuan untuk menyebarkan informasinya secara langsung
- c. Pesan yang disampaikan konkret
- d. Cepat dan tepat dalam menyampaikan informasi secara langsung

Meskipun demikian, televisi tetap memiliki kelemahan. Kelemahan televisi yaitu

- a. Komunikasi yang terjadi hanya komunikasi satu arah, sehingga penonton menjadi pasif
- b. Informasi yang disampaikan tidak dapat diulang, kecuali menggunakan alat perekam
- c. Membutuhkan biaya untuk memilikinya
- d. Memiliki ruang penyimpanan pesan yang terbatas

2. Video

Video merupakan media untuk menyampaikan pesan atau informasi yang mengarah kesosialisasi program dalam bidang kesehatan, mengutamakan pendidikan dan penerangan serta komunikasi kesehatan yang bersifat persuasiv. Kadang-kadang diselipi iklan layanan masyarakat atau iklan perusahaan obat atau alat-alat laboratorium.

Selain sebagai media penyampaian pesan, video merupakan segala sesuatu yang

memungkinkan sinyal audio dapat dikombinasikan dengan gambar gerak. Kemampuan video dalam memvisualisasikan sebuah pesan menjadi gerakan motoric, ekspresi wajah, dan suasana lingkungan tertentu, merupakan suatu kelebihan dari video.

Kadang juga berbentuk hiburan yang mendorong perubahan sikap dalam bidang kesehatan, yang dikemas dalam bentuk drama, cerita-cerita fiksi atau kenyataan dalam masyarakat

Kelebihan dari video adalah

- a. Pesan yang disampaikan dikemas secara menarik sehingga akan mudah diingat oleh penonton
- b. Tidak terbatas jarak dan waktu
- c. Dapat di ulang-ulang
- d. Format dapat disajikan dengan berbagai bentuk, seperti kaset, CD dan DVD.

Kekurangan dari video adalah

- a. Pada proses pembuatannya membutuhkan biaya yang tidak sedikit
- b. Membutuhkan peralatan – peralatan lain, seperti videoplayer, LCD dan lain-lain
- c. Lebih menekan isi materi daripada proses dari materi tersebut
- d. Tidak dapat menampilkan objek dengan ukuran yang sebenarnya
- e. Pengambilan gambar yang kurang tepat akan mengakibatkan salah penafsiran oleh penonton

3. Film

Film merupakan media audio visual, yang ditampilkan di publik. Film memiliki daya tarik universal dan meluas yang dikuasai oleh gambar fiksi. Kini film memiliki karakter internasional yang regulasinya ditentukan oleh publik. Pada film, karakter ideologis sangat kuat sehingga diharapkan pesan yang ditampilkan akan dapat diterima oleh penonton.

Kelebihan dari film adalah

- a. Tidak terbatas ruang dan waktu
- b. Dapat mempengaruhi emosional penontonnya, sehingga tanpa disadari dapat mempengaruhi pola pikir penontonnya
- c. Pesan dikemas secara menarik dengan latar belakang

Kekurangan dari film sebagai media komunikasi adalah

- a. Pada proses pembuatannya membutuhkan biaya yang tidak sedikit
- b. Membutuhkan peralatan – peralatan lain, seperti videoplayer, LCD dan lain-lain
- c. Memiliki durasi yang panjang

Faktor – faktor yang dapat menjadi karakter film diantaranya yaitu seperti

- a. Layar yang lebar atau luas
- b. Pengambilan gambar
- c. Konsentrasi Penuh
- d. Identifikasi psikologis

B. Karakteristik media AVA

Karakteristik media AVA diantaranya yaitu

1. Penyajian gambar yang dinamis
2. Digunakan dengan cara yang telah ditetapkan oleh perancang sebelumnya
3. Biasanya bersifat linier

Karakteristik televisi sebagai salah satu media AVA yaitu

1. Memberikan kesan yang mendalam kepada penonton
2. Memiliki visual yang dapat menarik perhatian khalayak
3. Memiliki daya pancar yang tidak terbatas, sehingga daerah terpicil bisa dijangkau

C. Riset pengaruh penggunaan media AVA pada promosi kesehatan

Penelitian pengaruh media AVA pada promosi kesehatan salah satunya adalah Perbedaan Edukasi Konsumsi Sayur Dan Buah Pada Anak SD Menggunakan Metode Ceramah Dengan Alat Peraga Dan Media Audiovisual oleh Septian Emma Dwi Jatmika dan Firnadea Ekarizky Safrilla tahun 2019. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai upaya meningkatkan konsumsi sayur dan buah tersebut adalah meningkatkan pengetahuan dan sikap dengan cara melakukan promosi kesehatan dengan metode penyuluhan ceramah menggunakan alat peraga dan menggunakan media audio visual.

Penelitian ini dilakukan menggunakan quasi eksperimental dengan rancangan kelompok kontrol pretest dan posttest non ekuivalen. Pengambilan sampel penelitian menggunakan purposive sampling dengan 55 siswa kelas 5 SD. Pengukuran diuji menggunakan uji T tidak berpasangan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan metode ceramah dengan alat peraga dan media audiovisual terhadap pengetahuan dan sikap anak tentang konsumsi sayur dan buah.

Penelitian lain mengenai *audio visual aids* adalah Pengaruh Pendidikan Kesehatan Metode Stratagem Dengan Media Audiovisual Terhadap Pengetahuan Kesehatan Reproduksi Remaja oleh Reza Riyady Pragita, Retno Purwandari, dan Lantin Sulistyorini, tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemberian pendidikan kesehatan melalui metode stratagem media audiovisual terhadap tingkat pengetahuan kesehatan reproduksi pada remaja dan menganalisis perbedaan pengaruh dari pemberian pendidikan kesehatan metode stratagem.

Penelitian ini menggunakan metode stratagem media audiovisual dan pendidikan kesehatan metode ceramah sebagai variabel independent. Variabel dependent adalah tingkat pengetahuan kesehatan reproduksi remaja. Penelitian ini melibatkan 15 orang sebagai kelompok eksperimen dan 15 orang kelompok kontrol. dengan menggunakan proporsional stratified random sampling. Uji statistik yang digunakan adalah Wilcoxon dan Mann Whitney.

Hasil penelitian ini adalah adanya pengaruh antara pendidikan kesehatan melalui metode stratagem media audiovisual pada pengetahuan remaja mengenai kesehatan reproduksi dan terdapat perbedaan pengaruh dalam pendidikan kesehatan melalui metode stratagem media

audiovisual dan metode konvensional ceramah. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa metode straragem mampu meingkatkan pengetahuan remaja tentang kesehatan reproduksi.

III. Rangkuman

AVA atau *audio visual aids* merupakan sebuah media yang dapat dilihat dan didengar. AVA atau *audio visual aids* berguna dalam membantu menstimulasi indra mata (penglihatan) dan telinga pada waktu terjadinya proses penerimaan pesan. AVA atau *audio visual aids* memiliki beberapa manfaat diantaranya yaitu memudahkan seseorang dalam mengingat, menggunakan gambar yang membuat seseorang lebih fokus, gambar juga dapat mempengaruhi emosional pembaca.

Media visual tersebut diantaranya yaitu televisi, video, dan film. Televisi banyak sekali menampilkan berbagai program salah satunya yaitu iklan layanan masyarakat. Menurut Lyle, unsur audio dan visual televisi mampu memberikan apresiasi kepada penonton, sehingga pesan yang disampaikan akan mudah dipahami oleh penonton.

Video merupakan media menyampaikan informasi yang mengarah pada sosialisasi program, pendidikan dan komunikasi kesehatan yang bersifat persuasive. Pengemasan video yang menarik akan menjadikan pesan dalam vidio mudah dipahami oleh penonton. Film merupakan media audio visual yang memiliki daya tarik universal dan meluas yang dikuasai oleh gambar fiksi. Film memiliki kelebihan tidak terbatas oleh ruang dan waktu sehingga setiap orang dapat menikmatinya.

IV. Evaluasi

1. Jelaskan apa itu AVA!
2. Jelaskan kelebihan media AVA!
3. Sebutkan dan jelaskan macam-macam media AVA!
4. Jelaskan kelebihan menggunakan media video!
5. Jelaskan media AVA dalam promosi kesehatan yang ada disekeliling anda!

V. Referensi

- Ardianto, E., Kolama, L., Karlinah, S., 2007. Komunikasi Massa. Simbiosis Rekatama Media. Bandung
- Daryanto. 2016. *Media Pembelajaran Perannya Sangat Penting Dalam Mencapai Tujuan Pembelajaran Edisi ke 2 Revisi*. Gava Media. Yogyakarta
- Jatmika,S.E.D dan Safrilla,F.E.,. 2019. Perbedaan Edukasi Konsumsi Sayur Dan Buah Pada Anak SD Menggunakan Metode Ceramah Dengan Alat Peraga Dan Media Audiovisual. *Jurnal Gizi Indonesia* Vol.42 No.1 Hal 55-62
- Liliweri, Alo. 2007. *Dasar-dasar Komunikasi Kesehatan*. Pustaka Pelajar. Jakarta
- Notoatmodjo,S. 2014. *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. PT Rineka Cipta. Jakarta
- Pragita, R.R., Purwandari, Retno dan Sulistyorini, Lantin,. 2018. Pengaruh Pendidikan Kesehatan Metode Stratagem Dengan Media Audiovisual Terhadap Pengetahuan Kesehatan Reproduksi Remaja. *The Indonesian Journal Of Health Science* ISSN 2476-9614

Wibowo, L.A dan Priansa, D.J. 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Alfabeta Bandung. Bandung

BAB VIII

Media Elektronik Sebagai Media Promosi Kesehatan

I. Capaian Pembelajaran

- A. Mahasiswa mengetahui macam media elektronik
- B. Mahasiswa mampu memahami karakteristik media elektronik
- C. Mahasiswa mampu memahami riset pengaruh penggunaan media elektronik pada promosi kesehatan

II. Isi Materi

A. Media elektronik

Media elektronik merupakan suatu media bergerak yang dinamis, dapat dilihat dan didengar dalam menyampaikan pesan-pesan kesehatan. Contoh dari media elektronik adalah TV, radio, film, video film, cassette, CD, dan VCD (Notoatmodjo, 2015).

Media elektronik sebagai sasaran untuk menyampaikan pesan-pesan atau informasi kesehatan berbeda-beda jenisnya, antara lain :

1. Televisi

Perkembangan televisi awal mulanya sangat tersendat-sendat, hal ini dikarenakan negara yang mengembangkan televisi ikut andil dalam Perang Dunia II. Sehingga pada awal perkembangannya televisi berkaitan dengan teknologi militer.

Kehadiran televisi sangat dirasakan pada tahun 1950, pada saat itu radar baru saja diciptakan. Televisi menggunakan radar berkekuatan tinggi bernama *Very High Frequency* (VHF) dan *Ultra*

High Frequency (UHF). Sebelumnya, kedua radar ini sempat dimonopoli oleh pihak militer namun akhirnya diizinkan untuk dikembangkan bagi kepentingan sipil.

Paul Nipkow adalah seorang insinyur asal Polandia yang menemukan sistem penyaluran sinyal gambar hanya dengan satu foto sel dan satu kawat penghubung. Penemuan ini menjadi cikal bakal keberhasilan pengoperasian televisi seperti yang kita nikmati sekarang.

Selain Paul Nipkow, John Loggie Baird juga menemukan televisi modern yang pertama di dunia. Baird mendemonstrasikan penemuannya didepan teman-teman dari Institut Pengetahuan Nasional Inggris. Walaupun saat itu penemuannya masih menghasilkan layar yang buram, tetapi penemuannya merupakan tonggak terpenting dalam sejarah perkembangan televisi.

Pada tanggal 2 November 1936, British Broadcasting Corporation (BBC), mulai menyiarkan televisi yang pertama di dunia. Hal ini menjadi hal pertama sepanjang era peradaban manusia. Setelah itu kemudian perkembangan menjadi lebih pesat. Kini televisi menjadi salah satu alat komunikasi yang mampu menembus dunia indra pandang dan indra pendengar audio (Audio Visual) dan melewati jarak dan waktu.

Berikut ini adalah perkembangan televisi, dalam hal *scanning linesnya* yang dapat kita kenal hingga sekarang adalah

- a. National Television System Committee (NTSC) yang menggunakan 525 lines dan dipakai secara luas di Amerika Serikat, Jepang, Korea, Philipina, Hongkong dan negara Amerika Latin
- b. Phase Alternating in Lines (PAL) diciptakan oleh DR. Walter Burch dari Jerman, seperti diuraikan di muka menggunakan 625 lines dan dipakai di Eropa, Inggris, Australia, Asia termasuk Indonesia
- c. System En Couleurs A Memoire (SECAM) diciptakan di Paris dengan 740 lines dan digunakan di Perancis dan Negara-negara Eropa Timur.

Di Indonesia, gagasan untuk melahirkan siaran televisi dimulai pada tahun 1961. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Penerangan No 20/E/M/1961 dibentuklah Panitia Persiapan Pembentukan Televisi Republik Indonesia yang berlaku sejak 20 Oktober 1963. Kemudian lahir lah televisi siaran bumi pertiwi Indonesia pada tanggal 24 Agustus 1962. Perkembangan terus berjalan hingga akhirnya setiap daerah I memiliki stasiun TVRI dan beberapa stasiun produksi keliling.

Perkembangan perkembangan media massa semakin meluas. Beberapa negara, media massa milik pemerintah, khususnya media massa elektronik, statusnya menjadi swasta nasional, agar mampu bersaing dengan media massa lain. Salah satu contohnya yaitu TVRI yang sebelumnya merupakan

media massa pemerintah menjadi media massa swasta nasional dan berstatus sebagai TV publik.

Penyampaian pesan atau informasi kesehatan melalui media televisi dapat dalam bentuk sandiwara, sinetron, forum diskusi atau tanyan jawab sekitar masalah kesehatan, pidato (ceramah), TV spot, kuis atau cerdas cermat, dan sebagainya.

Awal mulanya, televise dinilai kurang cocok untuk menyampaikan pesan, dikarenakan biaya operasional yang mahal. Namun seiring berkembangnya jaman, sifat audio visual televisi menjadikan televise menjadi lebih pragmatis, sehingga mudah memenuhi kebutuhan penonton dalam hal sikap, tingkah laku dan pola pikir.

Televisi memiliki banyak fungsi, diantaranya fungsi dari televisi yaitu

- a. Sebagai media yang memberikan informasi
Televisi dilengkapi dengan adanya audio dan visual, sehingga informasi menjadi mudah diterima oleh penonton
- b. Sebagai media pendidikan.
Televisi terkadang digunakan sebagai media promosi yang mengandung nilai-nilai pendidikan bagi penontonya. Contohnya iklan imunisasi yang ditayangkan di televisi
- c. Sebagai media yang menghibur
Televisi sering kali menampilkan berbagai acara hiburan, seperti acara komedi. Umumnya penonton yang hoby menonton televisi akan

memiliki banyak acara fovorit yang biasa ia tonton, salah satunya acara komedi

- d. Sebagai sarana yang membujuk
Tayangan yang ditampilkan seringkali memiliki arti persuasive, sehingga secara tidak langsung akan mempengaruhi penonton atau membujuknya

Karakteristik televisi diantaranya yaitu

- a. Audiovisual
Televisi memiliki kelebihan dapat didengar dan dilihat. Jadi, menggunakan televisi khalayak juga dapat melihat gambar yang bergerak. Namun harus ada kesesuaian antara gambar dan suara yang ditampilkan.
- b. Berpikir dalam gambar
Seorang pengarah acara harus bertanggung jawab atas kelancaran suatu acara televisi. Maka saat pembuatan naskah acara, harus memperhatikan bagaimana ia berpikir dalam gambar (*think in picture*).
Begitu pula seorang komunikator yang menyampaikan informasi, Pendidikan dan persuasi, sebaliknya ia harus dapat berfikir dengan gambar. Sekalipun ia tidak membuat naskah, tetapi ia dapat menyampaikan keinginannya kepada pengarah acara tentang penggambaran dan visualisasi dari acara tersebut.

Ada beberapa tahap proses dalam berpikir dalam gambar, yaitu

a. Visualisasi

Proses yang dilakukan dalam tahap ini adalah menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan menjadi gambar secara individual. Pada proses ini pengarah acara harus dapat menunjukkan objek-objek tertentu dengan jelas dan menyajikannya sedemikian rupa, sehingga dapat mengandung suatu makna.

b. Penggambaran (*picturization*)

Kegiatan ini merangkai gambar-gambar individu sedemikian rupa hingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu. Pada proses penggambaran ada Gerakan-gerakan tertentu yang mengakibatkan gambar kamera menjadi besar (*big close up*), gambar yang diambil dengan jarak dekat (*close up*) dan lain-lain. Perpindahan gambar satu ke gambar lainnya memiliki macam-macam jenis, bias menyamping (*panning*), Gerakan dari atas ke bawah (*tilting*) dan lain sebagainya.

c. Pengoperasian lebih kompleks

Jika dibandingkan dengan media lainnya, memiliki karakteristik yang lebih kompleks. Untuk dapat menampilkan berita yang dibawakan oleh dua orang saja, harus membutuhkan tim yang jumlahnya hingga sepuluh orang. Anggota tim tersebut dapat berupa produser, pengarah gambar, pengarah studio dan lain-lain.

Tidak hanya dalam jumlah melibatkan jumlah orang saja, televisi juga memiliki menggunakan banyak peralatan yang digunakan dalam produksinya. Peralatannya pun terbilang cukup kompleks dan cukup rumit dalam pengoperasiannya, karena harus dioperasikan dengan orang-orang yang terlatih. Dengan demikian media televisi merupakan media yang lebih mahal daripada surat kabar, majalah dan radio.

Pada pengoperasian televisi, ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu

a. Pemirsa

Media televisi harus lebih memperhatikan komunikasi, dengan cara mengetahui minat dan kebiasaan pemirsa, baik anak-anak hingga dewasa. Hal-hal tersebut berkaitan dengan materi dan pesan penayangan suatu acara televisi. Minat dan kebiasaan ini dapat diketahui dengan cara melakukan survei. Survei tersebut dapat dilakukan oleh pihak televisi ataupun dari pihak lain. Sehingga acara yang ditampilkan merupakan acara yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat.

b. Waktu

Setelah komunikator mengetahui minat yang dibutuhkan oleh khalayak, maka langkah selanjutnya yaitu menyesuaikan atau mempertimbangkan waktu penayangan, agar

acara yang ditayangkan dapat secara profesional, dan dapat dinikmati oleh sasaran.

Salah satu contohnya yaitu acara keislaman yang ditayangkan pada waktu pagi hari, hal ini mempertimbangkan mengenai alasan bahwa setiap orang yang beragama islam akan bangun pagi hari untuk melakukan ibadah, sehingga acara tersebut ditayangkan pagi hari setelah mereka selesai melakukan ibadah.

c. Durasi

Setiap acara yang akan disampaikan harus menyesuaikan durasi yang akan ditampilkan pada suatu acara. Durasi tersebut disesuaikan dengan jenis acara dan naskah. Dimana dengan durasi tersebut, tujuan dari penayangan suatu acara dapat tercapai.

Televisi seringkali mengikuti *trend* yang sedang banyak disukai khalayak pada waktu tersebut. Tak jarang pihak televisi juga melakukan *copycat* atau meniru acara yang sejenis di stasiun televisi tetangga. Ataupun melakukan *copycat* acara televisi yang sudah menjadi *trend* di negara lain.

2. Radio

Penyampaian informasi atau pesan-pesan kesehatan melalui radio juga dapat bermacam-macam bentuknya, antara lain obrolan (Tanya jawab), sandiwara radio, ceramah, *radio spot*, dan sebagainya. Radio memiliki keluaran yang sangat luas menjangkau audiens yang sangat jauh dan tak

saling kenal. Selain itu juga memiliki organisasi pengelola yang kompleks dan berperan sangat ekstensif. Radio memiliki orientasi pada karakter publik, selain itu juga memiliki karakter nasional dan internasional. Isi media pun sangat bervariasi

Radio telah mampu beradaptasi dengan perubahan media lain di dunia, dengan mengembangkan hubungan saling melengkapi dan menguntungkan dengan media lain. Keunggulan dari media radio adalah

- a. Dapat diletakkan dimana saja, seperti di tempat tidur, di dapur dan lain-lain
- b. Radio dapat menjual berbagai iklan yang kemudian dirancang khusus untuk khalayak tertentu

Pada media masa satu dengan yang lain, ada perbedaan mendasar yang membedakan media satu dengan yang lainnya yaitu melalui stimulasi alat indra yang disajikan oleh media tersebut.

Radio memiliki beberapa karakteristik, diantaranya yaitu radio siaran dinikmati dengan cara mendengar. Pesan yang disajikan melalui surat kabar akan sangat tidak cocok jika disajikan dalam bentuk suara atau radio siaran. Hal ini karena radio memiliki cara sendiri dalam penyajiannya.

Gaya penyiaran radio diantaranya yaitu

- a. Auditori

Auditori merupakan sikap yang menjadi konsekuensi pendengar radio. Karena setiap manusia memiliki pendengaran yang terbatas, dan

pendengar tidak bias meminta informasi ulang kepada penyiar. Dengan demikian pesan dari media radio harus disusun dengan singkat dan jelas atau *consice and clear*.

b. *Radio is the now*

Jika dilihat dari segi aktualisasi berita, radio memiliki siaran yang paling actual dibandingkan dengan televisi. Siaran pada radio dapat disiarkan hanya dengan hitungan detik, dengan penyampaian yang sangat simple.

c. Imajinatif

Karena radio menggunakan indera pendengar dalam komunikasi ke khalayak umum, maka dalam penyampaiannya penyiar mengajak khalayak untuk berimajinasi.

d. Akrab

Sifat penyiar kepada pendengar haruslah akrab dan intim. Seolah-olah penyiar sedang menemani pendengar di kamar, seperti mengingatkan jangan lupa berdoa terlebih dahulu sebelum tidur, mencuci kaki dan menggosok gigi. Jenis keakraban sangat bervariasi, mulai dari acara yang informatif hingga yang bersifat hiburan.

e. Gaya percakapan

Penyiar memiliki gaya percakapan yang santai, seolah-olah sedang bertamu atau sedang menemui pendengarnya dimanapun mereka berada. Sekalipun percakapan antara penyiar dan pendengar berada di ruangan yang berbeda, namun harus tetap menggunakan gaya percakapan

f. Menjaga mobilitas

Saat mendengarkan radio, kita jarang sekali mendengarkan dengan cara duduk atau mendekatkan telinga dengan radio. Pada umumnya kita menggunakan radio dengan cara melakukan aktifitas lain. Contohnya seperti dengan mengendarai mobil atau saat membersihkan rumah.

Pada proses komunikasinya, radio melakukan penyiaran. Penyiaran atau *broadcasting* adalah keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, produksi, penyiapan bahan siaran, kemudian pemancaran sampai pada penerimaan siaran tersebut oleh pendengar atau pemirsa di suatu tempat (Wahyu, 1994).

Penyiaran sendiri dikenal sebagai *omnidirectional*. Ini artinya semua model penyiaran harus dilengkapi dengan alat *deconer*, maka dari itu dari nama system harus ditambahkan kata “terbatas”, sehingga dapat berarti menjadi system penyiaran terbatas.

Bentuk pengirim dan penerima pada stasiun penyiaran, yaitu pada media radio dan televisi jika digambarkan dengan diagram akan membentuk gambar seperti di bawah ini

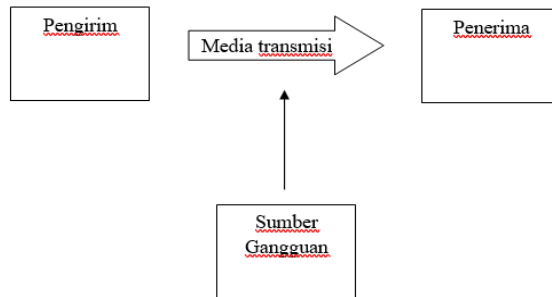


Diagram 1. Bentuk system media massa

Dari gambar digram tersebut dijelaskan bahwa, media transmisi adalah udara atau media saluran fisik yang lain seperti kabel koaksial atau serat optik. Kemudian sumber gangguan pada umumnya diinterfensi dari saluran pemancar yang menggunakan kanal yang sama. Faktor lain yang membuat interfensi adalah apabila anantara kanal pengganggu saling berdekatan.

Hal tersebut dapat mengakibatkan terjadinya *overlap* dengan kanal pengganggu. Gangguan lain juga dapat berupa *cross modulation*. *Cross modulation* terjadi apabila antara kedua kanal dikirim bersama-sama menggunakan saluran fisik seperti penggunaan media televisi kabel.

Sebagai media masa, penyiaran merupakan media elektonik yang memiliki jadwal secara periodik. Penyiaran juga memiliki beberap aspek dalam penyelenggaraan penyiaran, diantaranya yaitu

- a. Komunikasi massa
- b. Organisasi
- c. Kelembagaan
- d. Teknologi
- e. Operasional dan
- f. Regulasi



Gambar 12. Seseorang yang sedang melakukan proses penyiaran

Sumber gambar *google.com*

Penyiaran di radio, hendaknya dapat memotivasi pendengar untuk terus mendengarkan hingga acara selesai. Maka perlu disisipkan hiburan-hiburan agar pendengar tidak merasa jenuh. Beberapa strategi hiburan yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan *intermezo* lagu-lagu.

Penyiaran memiliki beberapa jenis, umumnya penyiaran dapat dinikmati melalui media layar kaca atau radio. Berikut ini karakteristik media penyiaran yang dibagi berdasarkan format siaran, sumber pendanaan, wilayah cakupan pelayanan, fungsi dalam jaringan berdasarkan PP no 12/2005 tentang LPP RRI dan menurut UU no 32/2002 tentang penyiaran.

Berdasarkan format siaran. Program umumnya disajikan setiap hari, sebelumnya telah ditetapkan dalam dalam satu tahun anggaran. Maka klasifikasi media penyiaran menurut format siaran adalah sebagai berikut

a. Media penyiaran Pendidikan

Media penyiaran memiliki program tetap berupa instruksional olahraga, tataboga, dan tata busana. Kemudian ada beberapa program lain yang memuat tema tentang ilmu pengetahuan dan teknologi, kebudayaan dan kewilayahan.

b. Media penyiaran berita

Media penyiaran memiliki format tetap dalam menyiarkan program berita, yaitu seperti *headline news*, *breaking news*, berita siaran tetap yang tayang setiap siang dan malam, wawancara eksklusif, laporan investigasi, ulasan ekonomi atau politik

c. Media penyiaran hiburan

Media penyiaran hiburan merupakan penyiaran segala bentuk *entertainment* seperti

pagelaran music, sulap, dan pagelaran pemberian *award*

d. Media penyiaran umum

Media penyiaran umum menyiarkan semua format secuali format yang telah disebutkan sebelumnya.

Menurut sumber pendanaan, penyiaran memiliki perolehan dana yang digunakan untuk penyiaran dengan klasifikasi seperti berikut :

a. Media penyiaran public

Media penyiaran public memperoleh pendanaan melalui dana operasional dari pemerintah. Biasanya jenis media penyiaran menginformasikan tentang kemajuan pembangunan dan tentang kebijakan yang diambil oleh pemerintah

b. Media penyiaran swasta

Media penyiaran swasta mendapatkan dana secara swadaya, salah satunya melalui pendayagunaan potensi periklanan

c. Media penyiaran komunitas

Media penyiaran komunitas memperoleh dana melalui swadaya, yaitu melalui kalangan komunitasnya seperti kelompok nelayan, kelompok petani, atau kelompok lain.

Menurut wilayah cakupan layanan, luas wilayah dapat menangkap siaran stasiun penyiaran tersebut, maka diklasifikasikan sebagai berikut

- a. Media penyiaran lokal
Media penyiaran lokal mempunyai wilayah siaran hanya sebatas wilayah perkotaan saja, misalnya siaran radio FM
- b. Media penyiaran regional
Media penyiaran regional mempunyai wilayah penyiaran hingga melebihi wilayah satu perkotaan, misalnya radio MW
- c. Media penyiaran nasional
Media penyiaran nasional memiliki wilayah lingkup nasional, salah satu contohnya yaitu radio RRI dengan pusat penyiaran di Jakarta
- d. Media penyiaran internasional
Media penyiaran internasional memiliki wilayah penyiaran secara internasional seperti RRI yang kemudian menyiarkan diluar negeri melalui VOI (*Voice of Indonesia*), BBC, ABC

Menurut fungsi dalam jaringan, penyiaran dapat diklasifikasikan sebagai berikut

- a. Media penyiaran induk
Media penyiaran induk merupakan stasiun pusat dari mana siaran tersebut berasal. Biasanya produksi siaran berasal dari stasiun induk tersebut, dan umumnya stasiun induk terletak di Ibu Kota

- b. Media penyiaran relai
Media penyiaran relai adalah stasiun pemancar yang menjadi penerus dari penyiaran stasiun induk. Pada stasiun relai ini tidak dilakukan proses penyiaran karena hanya meneruskan produksi dari stasiun induk

Penyiaran menurut kelas dalam lingkup nasional berarti juga memiliki organisasi dalam stata penyiaran tersebut. Pembagian kelas ini ditetapkan berdasarkan Peraturan Pemerintah No 12/2005 tentang LPP RRI Pasal 18.

Dalam hal ini media penyiaran dapat diklasifikasikan sebagai hal berikut

- a. Media penyiaran kelas A
Media penyiaran kelas A merupakan media penyiaran yang memiliki kedudukan di Jakarta
- b. Media penyiaran kelas B
Media penyiaran kelas B merupakan media penyiaran yang memiliki kedudukan di Ibu Kota Provinsi
- c. Media penyiaran kelas C
Media penyiaran kelas C merupakan media penyiaran yang memiliki kedudukan di Ibu Kota Wilayah (Walikota)

Pada pasal UU no 32.2002 tentang penyiaran juga dijelaskan beberapa Lembaga yang terdiri atas Lembaga penyiaran radio dan televisi. Lembaga tersebut diantaranya yaitu

- a. Lembaga Penyiaran Publik (LPP)
LPP merupakan stasiun penyiaran yang mendapatkan anggaran dana penyiaran melalui dana APBN, dan memiliki kedudukan di Ibukota Jakarta. Selain itu, dana operasional juga didapatkan dari masyarakat dan usaha dari stasiun tersebut. Contoh penyiaran yang termasuk Lembaga LPP adalah RRI dan TVRI
- b. Lembaga Penyiaran Swasta (LPS)
LPS merupakan stasiun yang mendapatkan dana dari swadaya, yaitu melalui jasa periklanan atau dana hasil produksi pada stasiun penyiaran tersebut. LPS memiliki wilayah siaran secara lokal dan terbatas, yaitu berdasarkan potensi ekonomi suatu daerah
- c. Lembaga Penyiaran Komunitas (LPK)
Merupakan stasiun penyiaran yang yang mendapatkan anggaran operasional secara swadaya yaitu dari hasil penyumpulan dana donasi atau pihak-pihak yang memiliki simpati. Pada UU penyiaran, LPK dilarang mendapatkan dana dari iklan dikarenakan menurut Pasal 3 PP tersebut LPK merupakan komunitas yang didirikan oleh wilayah tertentu, bersifat independen, tidak komersial dan hanya memiliki tujuan untuk memenuhi kepentingan komunitasnya.

B. Karakteristik media berbasis elektronik

Media elektronik memiliki karakter seperti berikut

1. Bersifat massal
2. Isi pesan tidak dapat diulang
3. Isi pesan dapat didengar atau diketahui dalam satu waktu saja
4. Menyajikan berita yang lebih actual (sedang terjadi)
5. Dapat menyiarkan berita secara orisinil (langsung)

C. Riset pengaruh penggunaan media berbasis elektronik pada promosi kesehatan

Penelitian mengenai media yang berbasis elektronik yaitu Promosi Kesehatan Melalui Media Film Dalam Upaya Meningkatkan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat Anak Sekolah Dasar Wilayah Pesisir Kepulauan oleh Selviana pada tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan perilaku hidup bersih dan sehat melalui media film.

Penelitian ini menggunakan partisipatif dan pendampingan digunakan untuk melibatkan masyarakat secara aktif dalam pelaksanaan penerapan teknologi. Media yang digunakan pada penelitian ini terlebih dahulu sudah dievaluasi oleh ahli media, ahli materi, dan kelompok kecil masyarakat umum memberikan hasil yang baik. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama 2 bulan.

Hasil dari penelitian ini yaitu media edukasi yang berupa film pendek telah lolos uji coba dengan baik sebelum dipakai. Evaluasi terhadap media yang dilakukan oleh ahli media, ahli materi, dan kelompok

kecil masyarakat umum memberikan hasil yang baik. Kegiatan edukasi semacam ini perlu dilakukan terus menerus, dalam skala yang lebih luas, supaya bisa menjangkau masyarakat secara luas.

Penelitian selanjutnya yaitu Manajemen Kampanye Bahaya Merokok melalui Iklan Layanan Masyarakat Televisi oleh Lia Riski, Wiryo Setiana, dan Dyah Rahmi Astuti pada tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan manajemen kampanye bahaya merokok melalui iklan layanan masyarakat televisi yang dikelola berdasarkan identifikasi masalah, perancangan kampanye, pelaksanaan kampanye dan evaluasi kampanye yang dilakukan oleh Kementerian Kesehatan RI.

Metode yang digunakan merupakan studi kualitatif, dengan Teknik wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini adalah manajemen kampanye bahaya rokok melalui iklan layanan masyarakat Kementerian Kesehatan RI melakukan empat tahapan pengelolaan yaitu identifikasi masalah, perancangan kampanye, pelaksanaan kampanye dan evaluasi kampanye.

III. Rangkuman

Media elektronik merupakan media yang bergerak secara dinamis dengan kelebihan dapat didengar dalam menyampaikan pesan-pesan kesehatan. Jenis-jenis media elektronik adalah televisi dan radio. Televisi mulai ada di Indonesia pada tahun 1963, dengan diawali adanya stasiun TVRI. Televisi memiliki beberapa fungsi, diantaranya yaitu sebagai media informasi, sebagai media Pendidikan, sebagai

media yang menghibur, sebagai sarana untuk membujuk, dengan kakarakteristik audiovisual dan berpikir dalam gambar.

Radio merupakan media elektronik yang dapat menjangkau audiens yang sangat jauh dan tak saling mengenal. Radio memiliki beberapa karakteristik yaitu auditori, aktualisasi berita, inajinatif, akrab, gaya percakapan yang santai, dan menjaga mobilitas. Pada komunikasinya, radio menggunakan penyiaran yang dalam pelaksanaannya dilakukan oleh penyiar professional.

IV. Evaluasi

1. Jelaskan apa itu media elektronik!
2. Sebutkan berbagai macam media elektronik!
3. Apa saja kelebihan penggunaan media elektronik dalam promosi kesehatan?
4. Sebutkan karakteristik media berbasis elektronik!
5. Jelaskan media elektronik promosi kesehatan yang berada disekitar kalian!

V. Referensi

- Daryanto. 2016. *Media Pembelajaran Perannya Sangat Penting Dalam Mencapai Tujuan Pembelajaran Edisi ke 2 Revisi*. Gava Media. Yogyakarta
- Djamanl,H dan Fachruddin,A. 2011. *Dasar-dasar Penyiaran*. Prenadamedia Group. Jakarta
- Notoatmodjo,S. 2015. *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. PT Rineka Cipta. Jakarta
- Selviana. 2018. Promosi Kesehatan Melalui Media Film Dalam Upaya Meningkatkan Perilaku Hidup Bersih dan

Sehat Anak Sekolah Dasar Wilayah Pesisir Kepulauan.
Jurnal Abdimas Mahakam Vol.2 No.2 Hal.78-83

Riski, Lia., Setiana, Wiryo., Astuti, D.R. 2018. Manajemen
Kampanye Bahaya Merokok melalui Iklan Layanan
Masyarakat Televisi. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*
Vol.3 No.4 Hal.21-39

BAB IX

Media Sosial Sebagai Media Promosi Kesehatan

I. Capaian Pembelajaran

- A. Mahasiswa mengetahui penggunaan media sosial sebagai media promosi kesehatan
- B. Mahasiswa mampu memahami pengaruh sosial media dibidang kesehatan
- C. Mahasiswa mampu memahami link sosial media sebagai media promosi kesehatan

II. Isi Materi

A. Media sosial sebagai media promosi kesehatan

Dunia IT memang memiliki banyak manfaat, namun masih memiliki beberapa kendala khususnya untuk di Indonesia. Kendala tersebut seperti masih belum optimalnya internet. Hal yang melatar belakangi kendala tersebut yaitu seperti masih terbatasnya SDM, proses transformasi teknologi, infrastruktur telekomunikasi dan perangkat hokum yang mengaturnya.

Peran internet dalam media edukasi sangat menguntungkan, karena internet dapat mengelola data dengan jumlah yang sangat besar. Pada internet, para pengguna juga dapat mengakses edukasi dengan mudah. Karena para pengguna akan dengan mudah dapat mempromosikan hasil karya atau kreatifitasnya melalui *social network* seperti *facebook* atau *twitter*.

Media sosial adalah merupakan medium internet yang memungkinkan penggunaannya mempresentasikan

dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial memiliki ciri khas tertentu dalam kaitannya pada manusia yaitu merupakan salah satu platform yang muncul di media siber. Karena itu, media sosial yang ada tidak jauh berbeda dengan karakteristik yang dimiliki oleh media siber.

Media sosial dapat dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat sosial media. Karakteristik sosial media yaitu

1. Jaringan
2. Informasi
3. Arsip
4. Interaksi
5. Simulasi sosial
6. Konten oleh pengguna

Adapun macam-macam media sosial yaitu

1. *Facebook*
2. *Youtube*
3. *Instagram*
4. *Twitter*
5. *Blog*, dsb

Media sosial juga dapat menjadi alat bantu dalam metode promosi kesehatan. Alat bantu ini berfungsi untuk membantu atau memperagakan sesuatu di dalam proses promosi kesehatan. Alat ini memiliki prinsip bahwa pengetahuan yang ada pada setiap manusia diterima atau ditangkap melalui panca indera. Maka semakin banyak

indera yang digunakan untuk menerima sesuatu maka semakin banyak informasi yang diperoleh.

Alat-alat tersebut disebut media promosi kesehatan karena alat-alat tersebut digunakan untuk mempermudah penerimaan pesan-pesan kesehatan bagi masyarakat atau klien. Berdasarkan fungsinya sebagai penyalur pesan-pesan kesehatan, media ini dibagi menjadi tiga yakni media cetak, media elektronik dan media papan

B. Pengaruh sosial media dalam bidang kesehatan

Media sosial mendeskripsikan teknologi *online* dan kebiasaan orang-orang yang menggunakannya untuk berbagi pendapat, wawasan, pengalaman serta pandangan. Pada sosial media ada beberapa aplikasi media sosial yang dapat digunakan dalam bidang kesehatan yaitu

1. *Facebook*

Merupakan salah satu situs jejaring sosial yang sangat populer di dunia serta menjadi situs penting di berbagai negara. Banyak orang yang menggunakan facebook untuk menyebarkan informasi kesehatan yang dimiliki untuk dibagikan kepada sesama pengguna facebook



Sumber gambar : *google.com*

Gambar 7. Logo Jejaring Sosial *Facebook*

2. *Twitter*

Merupakan salah satu jenis situs jejaring sosial yang populer di dunia saat ini. Twitter sendiri merupakan jejaring sosial dan micro blogging yang memfasilitasi penggunanya dapat memperbarui atau memberikan update informasi tentang pengguna orranisasi, bisnis dan lainnya



Sumber gambar : *google.com*

Gambar 8. Logo Jejaring Sosial *Twitter*

3. *Instagram*

Sama halnya dengan facebook dan twitter. Instagram merupakan salah satu situs jejaring sosial yang populer di dunis. Berdasarkan data pada tahun 2014 pengguna Instagram cukup tinggi yaitu mencapai 200juta pengguna, dengan foto yang telah di unggah sebanyak 20 milyar foto



Sumber gambar : *google.com*

Gambar 9. Logo Jejaring Sosial *Instagram*

4. *Skype*

Sebuah program komunikasi dengan teknologi P2P (*peer to peer*)



Sumber gambar : *google.com*

Gambar 10. Logo Jejaring Sosial *Skype*

5. *Whatsapp*

Aplikasi pesan untuk *smartphone* dengan basic mirip *blackberry messenger*



Sumber gambar : *google.com*

Gambar 11. Logo Jejaring Sosial *Whatsapp*

6. *WeChat*

Layanan komunikasi pesan suara atau teks ponsel yang dikembangkan oleh Tencent di Tiongkok



Sumber gambar : *google.com*

Gambar 12. Logo Jejaring Sosial *Wechat*

7. *Line*

Sebuah aplikasi pengirim pesan gratis yang dapat digunakan pada berbagai platform



Sumber gambar : *google.com*

Gambar 13. Logo Jejaring Sosial *Line*

8. *Youtube*

Platform yang digunakan untuk membagikan berbagai video yang kini banyak diciptakan oleh pada *vlogger*. Video dapat berupa tutorial hingga edukasi.



Sumber gambar : *google.com*

Gambar 14. Logo Jejaring Sosial *Youtube*

9. *Ask.fm*

Merupakan salah satu web sosial *network* dimana penggunaanya bisa bertanya apapun ke pengguna lain sesuai dengan Namanya



Sumber gambar : *google.com*

Gambar 15. Logo Jejaring Sosial *Askfm*

C. Link sosial media sebagai media promosi kesehatan

Media sosial memiliki efektifitas untuk digunakan sebagai media promosi kesehatan. Ada 3 media sosial terpopuler saat ini yaitu *facebook*, *twitter* dan *youtube*. Efektifitas yang dipaparkan merupakan hasil-hasil penelitian yang menggunakan atau memanfaatkan media sosial dalam bidang kesehatan, baik media sosial sebagai bahan substansi maupun sarana.

Pada media sosial tersebut hampir tidak ada batasan yang berarti untuk melakukan sebuah posting, kita dapat membagikan foto, artikel, suara, video, link (tautan), atau apapun yang kita mau. Efektifitas media sosial yang dapat menjangkau ribuan bahkan jutaan sasaran dalam waktu singkat dapat menjadi primadona baru bagi promotor kesehatan yang berorientasi masif.

Kelebihan dari sosial media yaitu kecepatannya dapat menjangkau sasaran namun jika informasi yang dibagikan

bersifat buruk maka akan berdampak buruk bagi masyarakat.

III. Rangkuman

Media sosial dalam promosi kesehatan memungkinkan terjadinya interaksi, kerjasama, saling berbagi, komunikasi, dan ikatan sosial didalamnya. Karakteristik media social yaitu jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi social, dan konten. Karakteristik tersebut dimiliki oleh berbagai macam media social seperti *facebook*, *yotubue*, *Instagram*, *skype*, *whatsapp*, *wechat*, *line*, *youtube*, dan *aks.fm*.

Media social menjadi alat bantu dalam proses promosi kesehatan. Karena social media menggunakan berbagai fitur yang memudahkan pengguna menerima berbagai komunikasi kesehatan. Media sosial tidak memiliki batasan dalam penggunaannya. Setiap orang dapat memposting atau membagikan foto, artikel, suara, video, link (tautan),kapanpun sesuai dengan yang dikehendaki.

IV. Evaluasi

1. Apa kelebihan media digital?
2. Jelaskan kelebihan menggunakan sosial media dalam promosi kesehatan!
3. Jelaskan kekurangan menggunakan sosial media dalam promosi kesehatan!
4. Sebutkan 3 sosial media yang sedang banyak digunakan saat ini dan jelaskan fungsinya
5. Kenapa promotor kesehatan perlu menggunakan sosial media?

V. Referensi

- Daryanto. 2016. *Media Pembelajaran Perannya Sangat Penting Dalam Mencapai Tujuan Pembelajaran Edisi ke 2 Revisi*. Gava Media. Yogyakarta
- Liliweri, Alo. 2007. *Dasar-dasar Komunikasi Kesehatan*. Pustaka Pelajar. Jakarta
- Notoatmodjo,S. 2015. *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. PT Rineka Cipta. Jakarta
- Wibowo,L.A dan Priansa,D.J. 2017. *Manajemen Konunikasi dan Pemasaran*. Alfabeta. Bandung

BAB X

Pengembangan Media Promosi Kesehatan

I. Capaian Pembelajaran

- A. Mahasiswa memahami tentang potensi masalah
- B. Mahasiswa mampu memahami tentang perencanaan produk
- C. Mahasiswa memahami pengujian dan perancangan produk
- D. Mahasiswa mampu memahami riset pengembangan media promosi kesehatan

II. Isi Materi

A. Potensi masalah

Potensi adalah *something processing the capacity for growth or development*. Potensi adalah segala sesuatu yang memiliki kapasitas untuk dikembangkan/tumbuh. Menurut KBBI potensi adalah kekuatan, energy, atau kemampuan yang terpendam yang memiliki dan belum dimanfaatkan secara optimal. Berdasarkan pengertian berikut, dapat disimpulkan bahwa potensi adalah segala sesuatu yang memiliki kemampuan / kapasitas untuk dikembangkan.

Potensi ditemukan dengan cara melakukan identifikasi terlebih dahulu di lapangan. Kemudian melakukan penilaian pada beberapa potensi yang selanjutnya terpilihlah potensi dalam masalah tersebut. Potensi dapat diteliti dengan menggunakan metode kualitatif, kuantitatif atau campuran. Potensi masalah

tersebut yang kemudian dijadikan untuk perencanaan produk.

Potensi yang telah didapatkan kemudian dinilai dengan cara menentukan skala prioritas, namun jika semua potensi akan diberdayakan maka tidak diperlukan skala prioritas.

B. Perencanaan produk

Produk yang telah direncanakan dapat dibentuk melalui tahap *research and development*. Tahap *research and development* yaitu desain produk, tipe/macam/jenis produk, spesifikasi produk, langkah-langkah membuat desain, dan membuat desain menjadi produk.

1. Desain dan perencanaan produk

Perencanaan produk disini diartikan sebagai proses membuat desain produk. Membuat desain adalah menarik sesuatu yang baru atau mengatur sesuatu yang telah ada menjadi sesuatu yang lebih baru, guna memuaskan masyarakat. Pertimbangan utama dari perencanaan produk baru adalah efektifitas dan efisiensi. Efektivitas berarti produk tersebut dapat mencapai tujuan pada gradasi yang tinggi. Efisiensi berarti produk tersebut dibuat dengan biaya murah, waktu yang singkat, dan suasana yang menyenangkan bagi yang membuat.

Membuat desain memerlukan ilmu dan seni. Ilmu dapat dipelajari dari berbagai metode dan teknik, seni dapat dipelajari dari seringnya membuat desain.

Suatu desain memerlukan empat hal yaitu *creativity, complexity, choice, compromise*.

2. Spesifikasi design

Spesifikasi produk meliputi beberapa hal penting dalam perencanaan produk seperti efektif, efisien, praktis digunakan, penampilan menarik. Spesifikasi produk ditentukan berdasarkan permasalahan dan tujuan produk tersebut dibuat. Dengan adanya spesifikasi produk, maka akan dapat digunakan untuk penilaian, apakah produk tersebut efisien atau tidak. Spesifikasi produk meliputi

3. Langkah-langkah pembuatan desain produk

Langkah-langkah di bidang teknik (*engineering design*)

Fase 1 desain konseptual

Fase awal seorang designer ketika mengembangkan permasalahan-permasalahan di lapangan serta menemukan alternative untuk masalah tersebut. Kegiatan pada fase 1 yaitu *recognition of a need* (urgensi kebutuhan), *definition of the problem* (mengidentifikasi masalah), *gathering of information* (pengumpulan informasi), *developing of a design concept* (mengembangkan konsep desain), *choosing between competing concepts* (memilih dan mengevaluasi konsep).

Fase 2 desain perwujudan (*embodiment design*)

Tahap perwujudan desain dengan cara menggambar komponen yang ingin dibuat. Menurut Dieter & Schmidt (2009) ada 3 langkah

besar dalam membuat wujud desain yaitu *product architecture, configuration design, parametric design*.

Fase 3 desain detail

Fase terakhir dalam proses desain. Pada fase ini akan dihasilkan gambar kerja yang lengkap dengan dimensi serta toleransinya.

C. Pengujian dan perancangan

Pada penelitian kuantitatif kualitas diukur berdasarkan hasil pengujian hipotesis. Pada penelitian kualitatif diukur dari temuan yang sudah teruji keabsahannya. Untuk itu diperlukan pengujian terhadap produk yang telah dikembangkan atau diciptakan oleh peneliti.

1. Macam dan posisi pengujian dalam R&D

Ada dua pengujian untuk menguji produk, yaitu pengujian internal dan pengujian eksternal. Pengujian internal untuk menguji rancangan produk dan produk yang telah dikembangkan, pada umumnya didaarkan pada pendapat ahli dan praktisi. Pengujian eksternal untuk pengujian lapangan yang menggunakan metode eksperimen. Lingkup pengujian produk didasarkan pada level pengujiannya, yaitu

a. Pengujian pada R&D level 1

Penelitian yang dikembangkan dimana peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui potensi dan masalah. Pengujian pada level ini hanya hanya dilakukan terhadap rancangan produk, terutama dari segi performa, sistem kerja, proses

produksi, dan kebutuhan pasar layak produksi atau tidak.

b. Pengujian pada R&D level 2

Peneliti tidak membuat rancangan produk, tapi hanya memvalidasi dan menguji efektifitas, efisiensi, dan kepraktisan penggunaan. pengujian dilakukan dari adanya keragu-raguan terhadap validasi, efisiensi, dan kepraktisan produk. Pengujian dilakukan dengan mengamati dan mencatat fungsi spesifikasi produk, kemudian dapat berhipotesis (bisa juga tidak hipotesis). Pengujian dilakukan berulang-ulang, jika dua kali pengujian datanya sudah konsisten maka pengujian dapat diakhiri, namun jika belum maka pengujian dilakukan lagi

c. Pengujian pada R&D level 3 (mengembangkan produk yang telah ada)

Pengujian bersifat mengembangkan produk yang sudah ada. Pada level ini 4 kali pengujian, 1 pengujian internal dan 3 pengujian eksternal. Pengujian internal dilakukan pada rancangan produk, pengujian dapat dilakukan beberapa kali sampai ditemukan rancangan yang sempurna. Kemudian dilanjutkan dengan pengujian eksternal (lapangan terbatas, lapangan utama dan lapangan operasional).

d. Pengujian pada R&D level 4 (meneliti dan menguji untuk menciptakan produk baru)

Pengujian level ini sama dengan level 4, yaitu 4 tahap pengujian. tahap pertama pengujian internal

terhadap rancangan produk. Pengujian selanjutnya yaitu pengujian eksternal (lapangan terbatas, lapangan utama, dan lapangan operasional. Pengujian eksternal menggunakan metode eksperimen, dengan desain *preexperimental design*, dan *quasi experimental design* tidak menggunakan kelompok eksperimen dan control yang diambil secara random, analisisnya menggunakan statistic deskriptif dan bila desain eksperimen menggunakan *true experimental design* maka analisisnya menggunakan statistic inferensial.

2. Pengujian internal

Pengujian internal dilakukan terhadap rancangan/desain suatu produk, bila rancangan produk berupa alat/mesin atau berupa model/kebijakan/program. Pengujian internal berdasarkan para ahli dan praktisi. Kriteria ahli adalah orang yang telah bergelar doctor atau memiliki kompetensi level 9 pada KKNI yang sesuai pada bidangnya.

3. Pengujian eksternal

Tahapan pengujian eksternal

- a. Pengujian dilakukan dengan cara mencobakan produk yang telah dikembangkan dalam situasi nyata. Tahapan pengujian lapangan yaitu
- b. Setelah rancangan produk teruji secara internal, maka rancangan tersebut dibuat menjadi produk
- c. Selanjutnya produk diuji lapangan awaal/terbatas. Pengujian lapangan awal

dilakukan pada 1-3 sekolah, menggunakan 6-12 subjek. Pengumpulan data dengan wawancara, observasi, kuesioner.

- d. Uji coba lapangan awal, hasilnya digunakan untuk merevisi sehingga siap untuk diuji lapangan utama
- e. Uji lapangan utama, dilakukan 5015 sekolah dengan 30-100 subjek. Pengujian menggunakan teknik eksperimen, sehingga efektifitas produk dapat diketahui dengan membandingkan nilai sebelum dan sesudah menggunakan produk.
- f. Hasil uji lapangan utama digunakan untuk merevisi produk, sehingga produk siap untuk diuji lapangan operasional
- g. Uji lapangan operasional dilakukan pada 10-30 sekolah dengan 40-400 subjek dengan metode eksperimen. efektifitas diketahui dengan membandingkan nilai sebelum dan sesudah menggunakan produk.
- h. Hasil uji lapangan operasional digunakan untuk perbaikan produk lagi, sehingga produk siap didiseminasikan dan diimplementasikan
- i. Setelah produk efektif dan efisien maka produk selanjutnya didiseminasikan. Diseminasi dilakukan dengan membuat laporan mengenai produk pada pertemuan professional pada jurnal-jurnal. Bekerjasama dengan penerbit untuk melakukan distribusi secara komersial, memonitor produk yang telah didistribusikan guna membantu kendali mutu.

2 Metode pengujian eksternal

Pengujian eksternal produk, baik produk bidang teknik maupun sosial pada umumnya menggunakan metode eksperimen. Penelitian eksperimen digunakan jika ingin meneliti sebab dan akibat antara variabel independen dan dependen. Pada penelitian eksperimen ada 4 faktor utama yaitu hipotesis, variabel independen, variabel dependen dan subjek. Terdapat beberapa bentuk desain eksperimen yaitu *pre-experimental designs*, *true experimental design*, *factorial design*, *quasi experimental design*.

D. Riset dan pengembangan media promosi kesehatan

Riset dalam pengembangan media promosi kesehatan sudah memiliki berbagai macam jenis, seperti “Efektifitas *dental health education* dengan animasi kartun terhadap perubahan perilaku kesehatan gigi dan mulut Siswa SD Advent 02 Sario Manado” oleh Meartriecs Tandilangi, Christy Mintjelungan dan Vonny N.S tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas *dental health education* media animasi kartun terhadap perubahan perilaku pemeliharaan kesehatan gigi dan mulut anak SD Advent 02 Sario Manado, usia 10-12 tahun.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hasil pengukuran perilaku pemeliharaan kesehatan gigi dan mulut anak menunjukkan adanya kenaikan jumlah skor pre-test ke post-test 2, dengan selisih kenaikan sebesar 633 yang termasuk pada kategori baik. Hasil uji statistik

menunjukkan nilai p (signifikansi) *dental health education* dengan media animasi kartun dari pre-test ke post-test 1 maupun post-test 2 masing-masing sebesar 0,000 ($<0,05$). Kesimpulannya *dental health education* dengan media animasi kartun efektif merubah perilaku pemeliharaan kesehatan gigi dan mulut menjadi lebih baik.

III. Rangkuman

Pada pengembangan media promosi kesehatan seseorang harus dapat memahami potensi masalah terlebih dahulu. Potensi masalah dapat ditemukan dengan cara melakukan identifikasi. Kemudian melakukan penilaian pada beberapa potensi, setelah terpilih potensi tersebut maka potensi diteliti dengan menggunakan metode kualitatif, kuantitatif atau campuran. Potensi masalah tersebut yang kemudian dijadikan untuk perencanaan produk

Tahap selanjutnya yaitu perencanaan produk. Pada perencanaan produk langkah-langkah yang dilakukan yaitu mendesain produk, kemudian menentukan spesifikasi produk, setelah itu baru melakukan langkah-langkah pembuatan produk. Setelah tahap perencanaan produk kemudian dilakuakn tahap pengujian dan perancangan. Tahap pengujian dan perancangan dilakukan menggunakan pengujian R&D dengan empat level poengujian.

IV. Evaluasi

1. Jelaskan pengujian pada penelitian dan pengembangan level 1!
2. Sebutkan langkah-langkah pengujian dengan metode kualitatif!
3. Sebutkan tahapan pengujian eksternal!
4. Jelaskan metode yang digunakan dalam pengujian eksternal!
5. Jelaskan langkah menentukan potensi masalah!

V. Referensi

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian & Pengembangan*. Alfabeta Bandung. Bandung

BAB XI

Media Promosi Kesehatan Secara Massa

I. Capaian Pembelajaran

- A. Mahasiswa memahami media promosi kesehatan secara massa
- B. Mahasiswa mampu memahami riset implementasi media promosi kesehatan secara massa

II. Isi Materi

Komunikasi massa memiliki pengertian sebagai pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass mediaum to larger number of people*) (Rakhmat, 2003). Sedangkan dalam pengertian yang lebih lengkap, komunikasi massa adalah produksi atau distribusi yang berlandaskan teknologi dan Lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam menyarakat industry (*mass communication is the tehnologically and instutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*) (Gerbner, 1967).

A. Media Promosi kesehatan secara massa

Saluran komunikasi dalam media massa memiliki dua macam yaitu langsung atau tatap muka dan dengan media. Komunikasi langsung dapat dilakukan dengan melakukan pertemuan, forum, diskusi fanel, secramah, symposium, dan seminar. Sedangkan komunikasi

melalui media dapat dilakukan dengan menggunakan media massa dan non media masa.

Media massa dibagi menjadi dua tipe, yaitu periodik dan non periodic. Berikut adalah pembagian saluran komunikasi massa

Komunikasi melalui media

1. Periodik

Penggunaan media massa yang dapat digunakan secara periodik diantaranya yaitu media elektronik dan media cetak

a. Media elektronik yang dapat digunakan secara periodik diantaranya yaitu media penyiaran seperti radio dan televisi. Dan media non penyiaran seperti film dan internet

b. Media cetak yang dapat digunakan secara periodic diantaranya yaitu surat kabar dan majalah

2. Non Periodik

Kemudian penggunaan media elektronik yang dapat digunakan secara non periodik diantaranya yaitu berupa manusia dan benda. Manusia berarti media yang digunakan berasal dari dirinya sendiri, seperti menjadi juru kampanye. Kemudian benda yang dimaksud adalah penggunaan spanduk.

Non media massa yang dapat dibagi menjadi dua yaitu manusia (kurir) dan benda. Untuk benda digolongkan menjadi dua jenis, yaitu benda elektronik dan non elektronik. Benda elektronik contohnya yaitu telepon dan faks.

Berdasarkan kategorinya, media massa digolongkan menjadi dua, yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak meliputi surat kabar dan majalah sedangkan media elektronik berupa radio, televisi, film, dan media *online*,

1. Surat kabar

Surat kabar merupakan media massa yang memiliki usia paling tua dibandingkan dengan media massa yang lainnya. Surat kabar pertama kali ditemukan oleh Johann Guternberg di Jerman (Elviantoro dkk, 2007)

a. Surat kabar di Jerman

Surat kabar di Jerman pertama kali diterbitkan pada tahun 1609 dengan bentuk yang sangat sederhana yang terbit di Strasborg. Kemudian surat kabar terbit dengan bentuk yang sesungguhnya pada tahun 1620 di Frankfurt, Berlin, Humberg, Vienna, Amisterdam dan Antwerp

b. Surat kabar di Inggris

Surat kabar di Inggris terbit pertama kali pada tahun 1621, kemudian terbit kembali dengan frekuensi yang rutin pada tahun 1665 di Oxford.

c. Surat kabar di Amerika

Surat kabar di Amerika pertama kali terbit pada tahun 1783, yaitu *Pennsylvania Evening Post* dan *Daily advertiser*.

d. Surat kabar di Indonesia

Di Indonesia, surat kabar memiliki perjalanan yang panjang yaitu lima periode masa penjajahan Belanda, Jepang, menjelang kemerdekaan dan awal kemerdekaan serta jaman orde lama dan jaman orde baru.

- 1) Pada jaman Belanda, diterbitkan melalui *Javasche Courant* yang memuat berita tentang pemerintahan, berita lelang dan berita kutipan harian – harian di Eropa. Kemudian di Surabaya terbitlah *Soerabajasch Advertentieblad* yang Namanya diganti menjadi *Soerabajasch Niews en Advertentieblad*. Di Semarang muncul *Semarangsche Advertentie bland* dan *De Semarangsche Courant*. Bukan hanya di Jawa, pihak Belanda juga mengupayakan surat kabar terbit di Sumatera dan Sulawesi. Surat kabar yang terbit di Sumatera antara lain yaitu *Soematra Courant*, *Padang Handelsbland* dan *Bentara Melajoe* dari Sumatera. Di Makassar ada *Celebes Courant* dan *Makassaarsch Handelsbland*. Surat kabar tersebut umumnya tidak memuat tentang politis, melainkan hanya mengutamakan surat kabar periklanan.

- 2) Pada jaman Jepang surat kabar di Indonesia disatukan dengan alasan untuk menghemat alat dan tenaga. Walaupun tujuan utama dari menyatukan berbagai surat kabar adalah agar Jepang dapat mengawasi isi dari surat kabar. Wartawan dari Indonesia saat itu hanya menjadi pegawai, sedangkan untuk kedudukan yang penting didatangkan wartawan dari Jepang. Pada saat itu surat kabar hanya bersifat propaganda atau memuji-muji pemerintahan Jepang
- 3) Pada jaman kemerdekaan, Indonesia melakukan perlawanan dengan mensabotase media komunikasi. Surat kabar yang dipimpin oleh Eddie Soeraedi melakukan propaganda agar masyarakat datang berbondong-bondong untuk rapat raksasa di Lapangan Ikada.
Pada perkembangannya, surat kabar di Indonesia berulang kali dibrendel, selama pembrendelan tersebut para karyawan di tampung oleh B.M Diah melalui surat kabar Merdeka. Surat kabar lain yang muncul saat jaman kemerdekaan adalah Soerata Indonesia pimpinan Manai Sophian, Pedoman Harian yang berubah menjadi Soeara Merdeka, Kedaulatan Rakyat, Demokrasi, dan Oetoesan Soematra,

- 4) Pada jaman orde lama, kegiatan pers dilarang, yang kemudian hal ini dimanfaatkan oleh Partai Komunis Indonesia (PKI) yang saat itu sangat menaruh pengertian kepada pers. Pada jaman inilah banyak terjadi pertentangan antara surat kabar yang pro dengan PKI dan surat kabar yang tidak pro dengan PKI.
- 5) Pada jaman orde baru, surat kabar telah kembali memperlihatkan jati dirinya. Salah satu contohnya Kedaulatan Rakyat yang pada masa orde lama harus mengganti namanya menjadi Dwikora kini kembali pada nama seperti semula.
- 6) Jaman reformasi, media massa tumbuh subur, organisasi hingga partai-partai politik berlomba-lomba menerbitkan surat kabar. Surat kabar pun diterbitkan dengan desai atau *lay-out* yang menarik dan beragam. Berbagai inovasi tersebut dilakukan untuk menarik minat pembaca sebanyak-banyaknya. Setelah delapan tahun pasca reformasi, media massa di Indonesia belum menunjukkan jati dirinya. Walaupun surat kabar sudah banyak diterbitkan, namun berbagai hal tentang eksploitasi kekerasan, kriminalitas hingga pornografi masih sering dijumpai di surat kabar. Hingga pada akhirnya, dibuatlah

peraturan yang tegas untuk mengatur dunia pers, yaitu Undang Undang No.40 Tahun 1999 tentang pers.



Gambar 16. Media Komunikasi Massa Surat Kabar

Surat kabar memiliki empat fungsi yaitu informasi, edukasi, hiburan dan persuatif. Dari ke empat fungsi tersebut, fungsi sebagai informasi yang paling menonjol. Pembaca memiliki tujuan membaca surat kabar adalah untuk menjawab keingintahuan pada setiap peristiwa yang terjadi di sekitarnya. Oleh sebab itu, banyak sekali surat kabar diisi oleh berbagai jenis berita.

Karakteristik dari surat kabar antara lain yaitu mencakup *publisitas*, *periodesitas*, *universalitas*, *aktulitas* dan *terdokumentasikan*

a. Publisitas

Publisitas adalah penyebaran pada bulik atau halayak (Effendy, 1981). Karakteristik surat kabar sebagai media massa adalah dapat

menyebarkan pesan sebanyak-banyaknya kepada khalayak

b. Periodesitas

Periodesitas merupakan frekuensi terbit dari surat kabar. Misalnya harian, mingguan atau dwi mingguan. Kebutuhan khalayak akan informasi membuat surat kabar harus terus memproduksi surat kabar secara berkala. Selama tenaga, dana dan keterampilan hal ini bukanlah hal yang sulit bagi pihak yang memproduksi surat kabar.

c. Universalitas

Universalitas pada surat kabar melingkup pada kesemestaan isinya yang lengkap, beraneka ragam dan dari seluruh dunia. Isi dari surat kabar diantaranya berupa aspek kehidupan manusia, seperti ekonomi, masalah social, budaya, agama, pendidikan, keamanan dan lain-lain. Lingkup kegiatan juga bersifat lokal, regional, nasional bahkan internasional. Jadi jika sebuah penerbitan hanya memiliki isi pada salah satu aspek saja, maka tidak dapat dikategorikan sebagai surat kabar.

d. Aktualitas

Aktualitas memiliki arti “kini” atau “keadaan yang sebenarnya”. Surat kabar harus memiliki isi yang sesuai dengan keadaan yang sedang terjadi atau *ter-update*. Hal ini

dikarenakan kebutuhan khalayak akan informasi terbaru.

e. Terdokumentasi

Dari beberapa isi surat kabar, terkadang khalayak membutuhkan dokumentasi atau arsip dari berita tersebut. Misalnya hal ini berkaitan dengan suatu instansi, atau mengenai artikel yang bermanfaat untuk menambah pengetahuannya.

Surat kabar dapat dikelompokkan pada beberapa kategori. Berdasarkan ruang lingkungannya, surat kabar dapat dikategorikan sebagai lokal, regional dan nasional. Berdasarkan bentuknya surat kabar dikategorikan sebagai surat kabar biasa dan tabloid. Dan berdasarkan Bahasa yang digunakan, surat kabar dibagi menjadi beberapa kategori yaitu Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris dan Bahasa Daerah. Beberapa surat kabar di antaranya yaitu *Kompas*, *Suara Pembaharuan*, *Media Indonesia*, *Republika* dan lain-lain.

2. Majalah

Majalah pertama kali muncul di Amerika pada tahun 1930an, beberapa majalah yang memperoleh kesuksesan besar saat itu adalah *Scientific American* dan *Psychology Today*. Menurut Dominick ada lima klasifikasi majalah, diantaranya yaitu

- a. *General consumer magazine* (majalah konsumen umum)
Majalah ini mudah ditemukan dimana saja, umumnya berisi tentang produk dan jasa yang diiklankan di halaman-halaman tertentu.
- b. *Business publication* (majalah bisnis)
Majalah bisnis melayani khusus informasi tentang bisnis, inddustri dan profesi. Majalah ini tidak dijual bebas, melainkan pembaca dan pembelinya hanya organisasi bisnis atau kaum professional dan pelaku bisnis saja.
- c. *Literacy reviews and academic journal* (kritik sastra dan majalah ilmiah)
Majalah ini diterbitkan oleh organisai-organisasi non profit, universitas, Yayasan atau organisasi professional. Majalah ini berisi tentang ilmiah dan tidak menerima iklan, diterbitan empat edisi atau kurang dari jumlah tersebut setiap tahunnya. Nama penerbitan yang berbau ilmiah diantaranya yaitu *Review*, *Theatre Design and Technology*, *European Urology*, dan lain-lain
- d. *Newsletter* (majalah khusus terbitan berkala)
Media ini diterbikan secara khusus, yaitu terdiri dari 4-8 halaman dan dengan tampilan khusus. Media ini diterbitkan secara gratis atau berlangganan. *Newsletter* yang memiliki nama besar diantaranya yaitu *The Kiplinger Nesletter*, *The Granville Market Newsletter*, dan *The Gallagher Report* .

- e. *Public relations magazines* (majalah humas)
Majalah ini diterbitkan oleh perusahaan dengan tujuan dirancang untuk karyawan perusahaan, agen, pelanggan dan pemegang saham.

Majalah muncul sesudah adanya surat kabar. Majalah pertama kali muncul ada di negara Eropa dan Amerika. Berikut ini adalah sejarah majalah adalah

- a. Sejarah majalah di Inggris

Majalah pertama di Inggris pertama kali ada *review*, yang diterbitkan oleh Daniel Depoe pada tahun 1704. Bentuk majalah yang diterbitkan oleh Daneil Depoe adalah antara majalah dan surat kabar, bentuknya berukuran kecil, terbit dengan frekuensi tiga kali dalam satu minggu.

Saat itu Depoe bertindak sebagai penerbit, pemilik, editor, sekaligus penulisnya. Majalah tersebut berisi berita mengenai artikel, kebijakan nasional, dan lain-lain. Kemudian pada tahun 1790, Richard Steele membuat majalah bernama *The Tatler*, kemudian mendirikan majalah *The Spectator* bersama dengan Joseph Addison. Majalah-majalah ini berisi tentang politik, berita internasional, tulisan-tulisan yang mengandung unsur moral, berita hiburan dan gossip.

b. Sejarah majalah di Amerika

Pada tahun 1740, majalah di Amerika pertama kali dipelopori oleh Benjamin Franklin, majalah tersebut diantaranya yaitu *General Magazine* dan *Historical Chronicle*. Kemudian pada pertengahan abad 20 majalah *Reader's Digest* merupakan majalah yang paling populer pada saat itu.

Keberhasilan *Reader's Digest* dalam menerbitkan masalah tersebut kemudian menyusul keberhasilannya dalam menerbitkan majalah-majalah lain, seperti majalah *Time* yang diterbitkan bersama dengan Briton Hadden. Kemudian Luce menerbitkan majalah *Life*, *Fortune*, dan *Sport Illustrated*.

Life merupakan majalah yang banyak menggunakan foto-foto. Foto tersebut berfungsi sebagai alat informasi, menghibur dan memengaruhi pembaca.

c. Sejarah majalah di Indonesia

Majalah di Indonesia mulai terbit pada tahun 1945. Majalah tersebut bernama *Pantja Raja* yang pada saat itu penerbitan dipimpin oleh Markoem Djohadisoearto, dengan prakata dari Ki Hadjar Dewantoro yang pada saat itu masih menjabat sebagai Menteri Pendidikan pertama di Indonesia.

Kemudian pada Oktober 1945, Arnold Monoutu dan Hassan Missouri menerbitkan majalah mingguan yang bernama *Menara*

Merdeka. Menara Merdeka memuat berita mengenai bangsa Indonesia ditengah keganasan serdadu Belanda. Berita pertama Menara Merdeka disiarkan di RRI. Menara Merdeka terbit hingga tahun 1950, kemudian disusul terbitnya majalah-majalah lain seperti Pahlawan (Aceh), Sastra Arena (Yogyakarta), Majalah Sastrawan (Malang) dan lain-lain.

1) Awal kemerdekaan

Pada awal kemerdekaan Soemanang menerbitkan majalah *Revue Indonesia*, yang dalam penerbitannya membahas mengenai gagasan perlunya koordinasi dalam penerbitan surat kabar. Semua penerbitan bertujuan untuk menghancurkan kekuasaan Belanda, mengobarkan semangat melawan penjajah oleh warga dan mempersatukan kemerdekaan dan kedaulatan masyarakat Indonesia.

2) Zaman orde lama

Pada zaman orde lama nasib majalah mengalami masa-masa yang tragis. Hal ini dikarenakan munculnya pedoman resmi dalam penerbitan surat kabar di seluruh Indonesia. Pedoman tersebut memerintahkan agar majalah menjadi pelindung, pembela dan alat penyebar Manifesto Politik.

Pada masa ini penerbitan majalah tidak terlalu baik karena jumlah penerbitan majalah yang berjumlah sedikit. Menurut catatan sejarah, majalah Star Weekly dan majalah mingguan yang terbit di Bogor juga hanya bertahan dalam beberapa bulan saja.

3) Zaman orde baru

Pada zaman orde baru, banyak jumlah majalah yang terbit dan memiliki cukup banyak jenisnya. Beberapa nama majalah tersebut diantaranya yaitu majalah Selecta milik Sjamsudin Lubis, majalah sastra Horison yang dipimpin oleh Mochtar Lubis, kemudian majalah Panji Masyarakat dan Kiblat yang keduanya terbit di Jakarta.

Kemudian pada tahun 1971-1980 majalah di Indonesia mengalami peningkatan penerbitan, hingga dapat mengkat perekonomian Indonesia pada saat itu. Selain itu tingkat pendidikan di Indonesia juga semakin baik. Nama pengelola majalah pada saat itu diantaranya yaitu Gunawan Muhamad, Sjamsudin Lubis, Widarti Gunawan, dan Sofjan Alisjahbana.

4) Zaman reformasi

Pada zaman reformasi sudah tidak diperlukan kembali SIUPP (Surat Ijin

Usaha Penerbitan Pers). Oleh karenanya banyak majalah yang kini terbit sesuai dengan yang dibutuhkan pasar. Beberapa majalah justru memuat isi yang lebih berani. Majalah-majalah tersebut diantaranya yaitu majalah *Franchise* seperti *Cosmopolitan* dan *FHM*.

Majalah memiliki kategorisasi yang ditentukan oleh sasaran khalayak yang dituju. Kategorisasi tersebut diantaranya yaitu

- a. Majalah berita: *Tempo*, *Gatra*, *Sinar* dan *Totas*
- b. Majalah keluarga: *Ayahbunda*, *Parenting*, dan *Good House Keeping*
- c. Majalah wanita: *Femina*, *Kartini*, dan *Cosmopolitan*
- d. Majalah pria: *Matra*, *FHM*, *Maxim*, dan *Popular*
- e. Majalah Remaja Wanita: *Gadis*, *Cosmogril*, *Seventeen*
- f. Majalah Remaja Pria: *Hai*
- g. Majalah anak-anak: *Bobo*, *Ganesha*, *Girls*
- h. Majalah ilmiah populer: *Prisma*, *National Geographic*
- i. Majalah umum: *Intisari*, *Warnasari* dan *Readers Digest*
- j. Majalah hukum: *Forum Keadilan*
- k. Majalah pertanian: *Trubus*
- l. Majalah Humor: *Humor*

- m. Majalah olahraga: *Bolvaganza*, *442*, dan *Golf Digest*
- n. Majalah agama: *Amanah*, *Umat*
- o. Majalah berbahasa daerah : *Mangle*
- p. Majalah hobi: *Fotoplus*, *Snap*, *Mobilmotor*, dan *Cinemags*
- q. Majalah music: *Trax*, *Rolling Stone* dan *Ripple*
- r. Majalah profesi: Majalah-majalah yang diterbitkan oleh aliansi profesi yang berisi mengenai profesi tersebut

Majalah memiliki beberapa fungsi, salah satunya yaitu fungsi utama majalah. Setiap majalah memiliki fungsinya masing-masing, tergantung pada sasaran dan isi dari majalah tersebut. Misalnya majalah *Femina* yang isinya banyak memuat tentang informasi kewanitaan.



Sumber foto : google

Gambar 17. Majalah Wanita

Fungsi majalah berikutnya yaitu sebagai media hiburan, seperti majalah *Femina* yang tidak hanya berisi informasi wanita tetapi juga lebih bersifat menghibur. Fungsi majalah berikutnya yaitu sebagai media yang memberikan informasi dan mendidik. contohnya majalah *Trubus* yang berisi tentang Pendidikan mengenai cara bercocok tanam.

Majalah merupakan media yang simple, mudah dikelola dan tidak membutuhkan biaya atau modal yang banyak. Karakteristik dari media diantaranya yaitu

- 1) Penyajian lebih dalam

Majalah umumnya terbit dengan waktu mingguan, dwi mingguan atau bulanan. Jarak

penerbitan yang cukup lama, membuat para penerbit dapat mengumpulkan dan memahami informasi yang didapatkan terlebih dahulu, sehingga penyajian berita dan informasinya dapat dibahas secara lebih dalam dan rinci.

Berita pada majalah memiliki referensi yang relevan dengan peristiwa. Berita yang disajikan majalah juga memiliki latar belakang peristiwa yang lebih lengkap, begitupun dengan unsur *why* yang juga dibahas dengan detail. Peristiwa atau proses terjadinya peristiwa juga dijabarkan dengan logis.

2) Nilai aktualitas lebih lama

Majalah umumnya memiliki nilai aktualitas selama satu minggu. Mungkin sering kali kita merasa bahwa surat kabar telah usang dalam waktu satu atau dua hari, namun berbeda dengan majalah.

Terkadang dalam waktu satu atau dua hari majalah juga masih layak untuk dibaca. Dengan demikian, majalah akan tuntas dibaca dalam waktu tiga atau empat hari.

3) Gambar atau foto lebih banyak

Selain penyajian pembahasannya yang mendalam, majalah juga menampilkan gambar dan foto yang banyak dengan ukuran yang besar dan kualitas gambar yang bagus.

Majalah mode dan majalah hiburan umumnya menampilkan foto para selebritis (orang-orang terkenal) yang dapat dikoleksi dengan

pembacanya karena kualitas kertasnya yang baik. Foto juga memiliki daya Tarik yang sangat besar untuk pembacanya, karena ini seringkali majalah menampilkan foto pada covernya

4) Kover sebagai daya Tarik

Kover majalah memiliki daya tarik yang berbeda dengan majalah yang lain. Kover ibarat pakaian dan aksesoris yang harus ditonjolkan. Menarik atau tidaknya cover suatu majalah tergantung pada tipe majalahnya, serta konsistensi atau kejengalan majalah tersebut dalam menampilkan ciri khasnya.

Sebagai contoh majalah Gatra yang memiliki ciri khas cover dikelilingi warna merah, kemudian menampilkan foto atau lukisan orang yang sedang dalam pemberitaan. Dalam hal ini kover menverminkan isi dari rubrik majalah Gatra.

Kemudian dapat dipastikan bahwa laporan utama diangkat dari peristiwa yang paling hangat dan menarik. Lain halnya dengan majalah wanita yang memiliki kover dengan menutamakan nilai artistic dan keindahan serta kecantikan wajah dan tubuh model tersebut.

Dari berbagai contoh tersebut dapat disimpulkan bahwa kover merupakan daya

tarik dari majalah. Kover juga melambangkan identitas atau ciri majalah, sehingga sepiintas pembaca dapat mengidentifikasi majalah tersebut.

3. Radio Siaran

Pada tahun 1950an, televisi menjadi perhatian banyak khalayak, sehingga banyak yang mengira jika radio tidak akan digunakan lagi. Radio merupakan media masa elektronik yang memiliki usia tua dan mempunyai sifat luwes. Selama kurang lebih satu abad, radio telah berhasil melewati persaingan dengan berbagai media lain, seperti dengan televisi kabel, rekaman kaset, bioskop hingga *personal casset players*.

Radio di Indonesia mulai muncul saat zaman penjajahan Belanda, Jepang, zaman kemerdekaan hingga zaman orde baru

a. Zaman Belanda

Pada zaman Belanda, radio pertama yang disiarkan adalah Bataviase Radio Vereniging (BRV) di Batavia (Jakarta) yang resmi didirikan pada tanggal 16 Juni 1925. Setelah berdirinya BRV, kemudian diikuti oleh radio-radio lain dari daerah Yogyakarta, Surakarta, Surabaya dan Semarang. Kemudian pada tanggal 1 April 1933 di Solo muncul radio Soloche Radio Vereniging (SRV) yang menjadi pelopor berdirinya radio siaran di tempat-tempat lain. SRV didirikan oleh

Mangkunegoro VII dan Ir. Sarsito Mangunkarso.

b. Zaman Jepang

Pada zaman Jepang, radio yang semua dikuasai oleh Belanda kemudian diambil alih oleh Jepang dan dikelola oleh jawatan khusus bernama *Hoso Kanri Kyoko* yang terletak di Jakarta. *Hoso Kanri Kyoko* memiliki banyak cabang didaerah lain, seperti Purwokerto, Yogyakarta, Surakarta, Bandung, Semarang, Surabaya dan Malang.

Pada zaman ini, rakyat Indonesia hanya mendengarkan radio *Hoso Kanri Kyoko* saja, karena jika berani melanggar dengan mendengarkan radio dari luar negeri mereka akan diasingkan dengan resiko hilang. Hingga pada akhirnya pada mas akemerdekaan, ada seseorang yang berani mendengarkan radio luar negeri dan mengetahui bahwa Jepang telah menyerah pada sekutu.

c. Zaman kemerdekaan

Pada zaman kemerdekaan, hasil proklamasi Bung Karno dan Bung Hatta baru dapat diperdengarkan pada pukul 19.00, karena pada saat itu radio masih dikuasai oleh Jepang. Proklamasi pun hanya dapat disiarkan didaerah Jakarta saja. Kemudian pada tanggal 18 Agustus 1945, berita siaran mengenai proklamasi baru bias disiarkan keseluruh penjuru tanah air.

Tak selang lama dari kejadian tersebut, dibuatlah pemancar gelap atau tidak resmi yang bernama Radio Indonesia Merdeka, melalui radio ini Bung Hatta memberikan pidatonya kepada seluruh rakyat Indonesia. Pada tanggal 11 September 1945, barulah ada kesepakatan untuk mendirikan organisasi radio siaran. Kemudian pada tanggal 11 September 1945 ditetapkan sebagai tanggal jadi Radio Republik Indonesia.

d. Zaman orde baru

RRI menjadi satu-satunya radio hingga pada tahun 1966 yang dikuasi dan dimiliki oleh pemerintah Indonesia. Pada saat itu peran dan fungsi radio ditingkatkan, tidak hanya sebagai media informasi dan hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi atau pendidikan dan persuasi. Radio RRI juga membantu menginformasikan program-program pemerintah seperti Keluarga Berencana, transmigrasi, kebersihan lingkungan dan lain-lain.

e. Zaman reformasi

Pada zaman ini bermunculan radio-radio swasta, hingga pada tahun 2005 terdapat 900 radio siaran swasta yang telah menjadi anggota. Pada zaman reformasi penyiaran diatur oleh kewenangan dari KPI (Komite Penyiaran Indonesia). Tugas KPI diantaranya yaitu

- 1) Menata infrastruktur penyiaran dengan mengeluarkan izin penyelenggaraan penyiaran
- 2) Melayani pengaduan masyarakat dalam bidang penyiaran dengan mengacu pada Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS)

Radio telah mampu beradaptasi dengan perubahan media lain di dunia, dengan mengembangkan hubungan saling melengkapi dan menguntungkan dengan media lain. Keunggulan dari media radio adalah

- a. Dapat diletakkan dimana saja, seperti di tempat tidur, di dapur dan lain-lain
- b. Radio dapat menjual berbagai iklan yang kemudian dirancang khusus untuk khalayak tertentu

Pada media masa satu dengan yang lain, ada perbedaan mendasar yang membedakan media satu dengan yang lainnya yaitu melalui stimulasi alat indra yang disajikan oleh media tersebut.

Radio memiliki beberapa karakteristik, diantaranya yaitu radio siaran dinikmati dengan cara mendengar. Pesan yang disajikan melalui surat kabar akan sangat tidak cocok jika disajikan dalam bentuk suara atau radio siaran. Hal ini karena radio memiliki cara sendiri dalam penyajiannya.

Gaya penyiaran radio diantaranya yaitu

a. Auditori

Auditori merupakan sikap yang menjadi konsekuensi pendengar radio. Karena setiap manusia memiliki pendengaran yang terbatas, dan pendengar tidak bias meminta informasi ulang kepada penyiar. Sedangkan jika pendengar menemukan istilah yang sulit dimengerti, kemudian mencari pengertian tersebut maka akan memakan waktu dan akan tertinggal dalam mendengarkan informasi yang sedang disiarkan

Dengan demikian pesan dari media radio harus disusun dengan singkat dan jelas atau *consice and clear*.

b. Radio *is the now*

Jika dilihat dari segi aktualisasi berita, radio memiliki siaran yang paling actual dibandingkan dengan televisi. Siaran pada radio dapat disiarkan hanya dengan hitungan detik, dengan penyampaian yang sangat simple.

c. Imajinatif

Karena radio menggunakan indera pendengar dalam komunikasai ke khalayak umum, maka dalam penyampaiannya penyiar mengajak khalayak untuk berimajinasi. Cara menyiarkan dengan imajinatif adalah dengan menggunakan suara nyaring dan berirama, contohnya penyiar sepak bola yang dapat

memancing emosi pendengar saat menyiarkan bola yang hamper masuk ke gawang menggunakan nada yang sangat nyaring.

Contoh lain adalah seorang penyiar yang memberikan imajinasi yang berbeda-beda kepada pendengarnya berdasarkan *frame of reference*. Ketika pendengar adalah mahasiswa, penyiar akan diimajinasikan sebagai suara teman sebayanya yang berwajah manis, ketika siaran didengar oleh tukang becak maka penyiar mengimajinasikan seorang tukang jamu yang menjajakan dagangannya setiap pagi.

d. Akrab

Sifat penyiar kepada pendengar haruslah akrab dan intim. Seolah-olah penyiar sedang menemani pendengar di kamar, seperti mengingatkan jangan lupa berdoa terlebih dahulu sebelum tidur, mencuci kaki dan menggosok gigi. Jenis keakraban sangat bervariasi, mulai dari acara yang informatif hingga yang bersifat hiburan.

e. Gaya percakapan

Penyiar memiliki gaya percakapan yang santai, seolah-olah sedang bertamu atau sedang menemui pendengarnya dimanapun mereka berada. Sekalipun percakapan antara penyiar dan pendengar berada di ruangan yang berbeda, namun harus tetap menggunakan gaya percakapan

f. Menjaga mobilitas

Saat mendengarkan radio, kita jarang sekali mendengarkan dengan cara duduk atau mendekatkan telinga dengan radio. Pada umumnya kita menggunakan radio dengan cara melakukan aktifitas lain. Contohnya seperti dengan mengendarai mobil atau saat membersihkan rumah.

4. Televisi

Televisi merupakan media massa yang sangat berpengaruh pada kehidupan manusia. Televisi telah mengalami perkembangan yang dramatis, dimulai sejak percobaan pertama tahun 1920an di Amerika kemudian para ilmuwan mengembangkan televisi kedalam teknologi yang lebih canggih.

Di Indonesia, penyiaran televisi ada sejak 24 Agustus 1962. Bertepatan dengan pembukaan Pesta Olahraga se-Asia. Sejak saat itu televisi disingkat dengan TVRI. Kemudian pada tanggal 16 Agustus 1976 Presiden Soeharto meresmikan Satelit Palapa yang digunakan untuk penyiaran televisi dan telekomunikasi.

Kemudian pada tahun 1989 mulai bermunculan yaitu Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) yang bersifat komersial. Kemudian secara berturut-turut muncul stasiun televisi baru seperti Surya Citra Televisi (SCTV), Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), Andalas Televisi (ANTV), Indosiar, Lativi dan lain-lain.

Televisi memiliki fungsi sebagai media massa yang memberikan informasi, mendidik, menghibur dan membujuk. Namun unsur hiburan lebih dominan dibandingkan dengan unsur yang lain. Hal ini juga karena khalayak yang menonton televisi bertujuan untuk mencari hiburan.

5) Film

Film merupakan bentuk domain dari komunikasi massa visual di belahan dunia. Banyak sekali ratusan juta orang yang telah menonton film di bioskop. Tidak hanya itu film video laser dan film televisi juga selalu ditonton setiap minggunya.

Film merupakan pilihan hiburan yang selalu khalayak daripada televisi dan radio. Hal tersebut dibuktikan dengan tingginya minat menonton film di Amerika pada tahun 1920an hingga 1950an. Di jaman modern ini, industri film merupakan industri bisnis. Kini anggapan seseorang mengenai film yang memiliki karya seni sudah digeser dengan pernyataan tersebut. Karena kini bentuk karya seni dapat dijadikan bisnis, hingga demi mendapatkan uang atau keuntungan banyak pihak yang rela membuat film yang jauh dari kaidah artistic film itu sendiri.

Film pertama kali dikenalkan di Amerika Serikat pada tahun 1903 yaitu film *The Life of an American Fireman* yang diproduksi oleh Edwin S. Porter. Kemudian pada tahun 1906-1916 merupakan tahun yang penting dalam sejarah

perfilman, karena pada tahun ini lahir film *feature* kemudian diikuti dengan lahirnya bintang film Hollywood.

Pada periode ini disebut sebagai *the age of Griffith* karena David Wark Griffithlah yang telah membuat film sebagai media yang dinamis . Griffith membentuk gaya acting menjadi lebih alamiah, organisasi cerita yang baik, dan mengangkat film menjadi media yang unik, diikuti dengan gaya kamera yang dinamis, sudut penggambaran yang baik, dan Teknik dari editing yang baik.

Industry perfilman di Indonesia pertama kali memutar film *Lady Van Java* yang diputar di Bandung pada tahun 1926 oleh David. Film lain yang kemudian ditayangkan adalah film Lutung Kasarung, Si Conat, dan Pareh yang diproduksi oleh *Euis Atjih*. Film-film tersebut merupakan film bisu yang tidak menggunakan audio.

Kemudian film bicara pertama di Indonesia adalah film Terang Bulan yang dibintangi oleh R. Mochtar dan Roekinah. Naskah film tersebut dibuat oleh penulis dari Indonesia bernama Saerun. Kemudian saat perang asia Pasifik, perusahaan film berpindah tangan ke pemerintah Jepang, dan digunakan oleh Jepang untuk media propaganda namun saat Indonesia sudah merdeka industry film diserahkan secara resmi kepada pemerintah Indonesia.

Film memiliki fungsi utama sebagai media hiburan. Akan tetapi film dapat memiliki fungsi sebagai media informatif, edukatif hingga persuasive. Hal ini disesuaikan dengan misi perfilman pada tahun 1979, bahwa film merupakan media edukasi yang diperuntukan untuk media pembinaan pada generasi muda dalam rangka *nation and character building* (Effendi, 1981).

Faktor – faktor yang dapat menjadi karakter film diantaranya yaitu seperti:

a. Layar yang lebar atau luas

Film memiliki ciri khas penggunaan layar yang lebih lebar dibandingkan dengan media yang lainnya. Walaupun kini ada media televisi yang juga dilengkapi dengan fasilitas monitor yang juga lebar. Tujuan dari layar film yang lebar yaitu agar memberikan keleluasaan pada khlayak saat menonton film.

Kini dengan kemajuan teknologi, layar bioskop dapat menampilkan film-film yang memiliki karakter tiga dimensi. Sehingga penonton dapat menikmati adegan yang disajikan film dengan lebih nyata dan seolah-olah tidak berjarak.

b. Pengambilan gambar

Dikarenakan penayangan film yang menggunakan layar lebar, maka dibuthkan teknik dalam pengambilan gambarnya. Beberapa Teknik tersebut diantaranya

extreme long shot dan *panoramic shot* yaitu pengambilan gambar dengan pemandangan menyeluruh.

c. Konsentrasi Penuh

Bila kita sedang berada di ruang bioskop, ruangan akan didesain menjadi gelap saat film sudah dimulai, dan hanya ada cahaya yang berasal dari layar monitor saja. Hal ini dilakukan agar penonton hanya berkonsentrasi dan focus pada alur film yang sedang ditayangkan saja.

Suasana seperti ini juga akan menguras emosi penonton. Penonton yang focus pada alur film yang ditayangkan akan mudah terbawa oleh suasana. Penonton akan tertawa terbahak-bahak saat adegan sedang lucu, demikian penonton juga akan sedih saat film menampilkan adegan sedih.

d. Identifikasi psikologis

Menurut Effendy (1981) saat sedang menonton film di bioskop, seseorang akan membuat pikiran dan perasaan penonton menjadi larut ke dalam cerita yang sedang disajikan. Penonton akan menganggap dirinya juga ikut mengalami kejadian yang ada di dalam film. Sehingga seolah-olah kita ikut berperan. Gejala ini di dalam ilmu psikologi disebut sebagai identifikasi psikologi.

Seringkali penonton juga menyamakan apa yang ada pada film ke dalam kehidupan sehari-harinya. Namun tentu ini akan menjadi masalah jika yang ditiru tidak sesuai dengan norma kehidupan bangsa Indonesia tentu akan menjadi masalah. Maka dari itu, kini ada bagian dari Pemerintah Indonesia yang ikut menyeleksi kelayakan film untuk ditampilkan pada khalayak.

Film memiliki beberapa jenis yang penting diketahui oleh seorang komunikator. Jenis-jenis film dapat disesuaikan dengan karakteristiknya, yaitu film cerita, film berita, film dokumentar, dan film kartun.

a. Film cerita

Film cerita atau *story film* merupakan jenis film yang menceritakan alur yang lazim dan dipertontonkan di gedung-gedung bioskop. Pada produksinya film jenis ini menggunakan bintang film yang terkenal dan hasilnya film ini didistribusikan sebagai barang dagangan.

Alur cerita pada jenis film ini menggunakan cerita fiktif atau menggunakan cerita nyata yang kemudian dimodifikasi sehingga terdapat unsur menarik, baik dari jalan ceritanya ataupun dari segi gambarnya. Contoh film jenis ini adalah film sejarah G30 S PKI ataupun film Bumi Manusia



Sumber gambar : *google.com*

Gambar 18. Contoh Film Cerita

b. Film berita

Film berita atau *newsreel* merupakan film yang menceritakan mengenai fakta yang benar-benar terjadi. Film jenis ini menampilkan unsur berita di dalamnya yang dikemas secara menarik. Pada film berita, dapat langsung merekam dengan suaranya atau film beritanya bisu, kemudian pembaca berita membacakan narasinya.



Sumber gambar : [google.com](https://www.google.com)

Gambar 19. Contoh Film Berita

c. Film documenter

Robert Flaherty menyimpulkan bahwa film documenter adalah karya cipta yang mengenai kenyataan (*creative treatment of actuality*). Berbeda dengan film berita yang merekam kenyataan, maka film documenter menayangkan hasil interpretasi pribadi mengenai kenyataan tersebut. Misalnya seorang sutradara ingin membuat film dokumenter tentang seorang pembatik di Pekalongan, maka ia membuat naskah yang ceritanya bersumber pada kegiatan sehari-hari para pembatik, kemudian sedikit

merekayasanya untuk mendapatkan kualitas alur cerita yang menarik.



Sumber gambar : [google.com](https://www.google.com)

Gambar 20. Contoh film documenter

d. Film kartun

Film kartun (*cartoon film*) diproduksi dengan tujuan sasaran anak-anak. Beberapa film kartun yang banyak di jumpai diantaranya Donald Bebek, Putri Salju, Miki Tikus dan lain-lain. Film kartun memiliki tujuan untuk menghibur dan memberikan Pendidikan, diantaranya ada tokoh baik dan tokoh jahat.



Sumber gambar : *google.com*
Gambar 21. Contoh film kartun

6. Komputer dan Internet

Kini sudah banyak khalayak yang menggunakan computer dan internet dalam kehidupan sehari-harinya. Mulai dari penggunaan *electronic mail* hingga akses situs untuk menemukan informasi baru. Menurut data dari Straubhar dan LaRose (2000), dua sampai tiga pengguna internet mengakses situs untuk menemukan berita baru setiap harinya.

Industry computer juga mengalami kemajuan yang cukup pesat, beberapa bidang utama dalam industry computer diantaranya yaitu:

- a. Pabrik perangkat keras computer
- Bisnis perangkat keras computer dibagi menjadi empat bidang yaitu
- 1) *The computer*, terdiri dari *supercomputers*, *mainframes*, *minicomputers*, dan lain-lain
 - 2) *Storage device*, salah satu contohnya seperti *disk drives*
 - 3) *Peripherals*, contohnya seperti printer dan modem
 - 4) Komponen atau material computer yang digunakan untuk merakit komputer
- b. Pembuat perangkat lunak computer (program-program untuk menjalankan computer). Industry perangkat lunak dibagi menjadi tiga bidang utama, yaitu
- 1) Perusahaan yang menjual berbagai jenis *prepackaged software* yang digunakan untuk merancang system agar memiliki penggunaan yang lebih luas dan otomatis
 - 2) Pabrik yang memproduksi *prepacked software*. Pabrik ini menyediakan berbagai aplikasi-aplikasi program populer, contohnya yaitu *word processing*, *electronic spreadsheets*, *computer games*, dan lain-lain
 - 3) *Software industry*, merupakan software yang digunakan untuk produksi dan pembuatan gambar bergerak atau film

c. *Content provider* adalah orang-orang atau perusahaan yang menciptakan *software* untuk mengembangkan isi dan database dengan tujuan untuk didistribusikan melalui jaringan computer. *Content provider* merupakan pengembangan dari pembuatan software.

Misalnya Microsoft yang memiliki majalah online bernama Slate. Contoh provider lainnya yaitu majalah papan atas yang sudah dikenal berbagai media massa *New York Time*, majalah *Time* dan jaringan televisi ESPN.

Jaringan computer dan internet kini memiliki banyak sekali pengguna. Pengguna computer dan internet juga terdiri dari berbagai Kalanga, ada pengelola media masa, penerbit buku hingga pengusaha. Alasan dalam penggunaannya pun beraneka ragam, mulai dari sebagai alat komunikasi hingga untuk mencari data penting.

Menurut Laquey (1997), internet lahir karena adanya ledakan yang tak terduga pada tahun 1969 yaitu dengan lahirnya Arpanet yang merupakan proyek eksperimen pihak Amerika. Tujuan utama adanya Arpanet yaitu sebagai teknologi jaringan yang dapat menghubungkan para peneliti dengan berbagai sumber. Kini Arpanet dapat menghubungkan jaringan satu dengan yang lainnya bahkan menjadi sebuah jaringan yang mencakup puluhan juta orang atau ribuan orang.

Lain halnya dengan computer yang memiliki potensi terbatas dan aplikasi yang terpisah-pisah.

Misalnya penggunaan pengolah kata dengan *spreadsheet*. Sifat internet yang memiliki hubungan tidak terbatas ruang dan waktu sangat berbeda dengan computer. Internet adalah perkakas sempurna yang dapat mengumpulkn sejumlah besarorang dengan media elektronis.

Sementara itu, jumlah informasi di internet semakin meningkat. Informasi ini dapat berupa data arsip, katalog perpustakaan, layanan pemerintah hingga berbagai pangkal data komersial. Internet memiliki keunggulan dalam menghimpun banyak orang dengan berbagai latar belakang.

B. Riset Implementasi Metode Promosi Kesehatan Secara Massa

Penelitian metode promosi kesehatan secara massa adalah pendidikan kesadaran gizi dengan judul Pengembangan Media Poster Sebagai Alat Bantu Edukasi Gizi Pada Remaja Terkait Keluarga Sadar Gizi (KADARZI) (*Poster Media Development As Nutrition Education Tool For Adolescents Related On Family Nutritional Awareness*) milik Hermina dan Prihatini tahun 2016. Pada penelitian tersebut bertujuan untuk meningkatkan mengembangkan pengetahuan tentang gizi melalui pengembangan media. Desain penelitian yang digunakan adalah cross-sectional dengan metode kualitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah adanya peningkatan pengetahuan tentang gizi sebanyak 78,25 %. Angka

tersebut meningkat setelah responden diberikan pendidikan gizi. Pengembangan media yang digunakan dalam penelitian ini cukup sederhana dan mudah dipahami hingga cukup efektif untuk meningkatkan pengetahuan gizi.

III. Rangkuman

Komunikasi massa adalah komunikasi yang disampaikan pada sejumlah besar orang. Maka dari itu, metode promosi kesehatan massa sangat cocok untuk digunakan saat menunjukkan pesan kesehatan kepada masyarakat, karena lebih bersifat umum, tidak membedakan golongan umur, jenis kelamin dan status social. Saluran komunikasi dalam media masa memiliki dua macam yaitu langsung atau tatap muka dan dengan media. Komunikasi langsung dapat dilakuakn didalam forum, sedangkan komunikasi melalui media dapat dilakukan melalui media massa.

Metode yang digunakan dalam komunikasi massa yaitu ceramah umum, talkshow, simulasi, tulisan-tulisan di majalah atau koran, *billboard*, dan iklan. Jika dilihat berdasarkan kategorinya, maka media massa dibagi menjadi dua yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak berupa surat kabar dan majalah, sedangkan media elektronik berupa radio, televisi dan film.

IV. Evaluasi

1. Apa pengertian dari metode promosi kesehatan tingkat massa?

2. Bagaimana prinsip yang digunakan dalam promosi kesehatan tingkat massa?
3. Jelaskan contoh promosi kesehatan tingkat massa!
4. Jelaskan metode ceramah umum pada promosi kesehatan tingkat massa!
5. Jelaskan metode *talkshow* pada promosi kesehatan tingkat massa!

V. Referensi

- Ardianto, E., Kolama, L., Karlinah, S., 2007. Komunikasi Massa. Simbiosis Rekatama Media. Bandung
- Djamal, H dan Fachrudin, A. 2011. *Dasar-dasar Penyiaran*. PT Fajar Interpratama Mandiri. Jakarta
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Hermina dan Prihatini, Sri. 2016. Pengembangan Media Poster Sebagai Alat Bantu Edukasi Gizi Pada Remaja Terkait Keluarga Sadar Gizi (KADARZI) (*Poster Media Development As Nutrition Education Tool For Adolescents Related On Family Nutritional Awareness*). *Journal of Nutrition and Food Research*. Vol. 39 No.1 DOI : 10.22435/pgm.v39i1.5966.15-26
- Notoatmodjo, S. 2005. *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasi*. PT Rineka Cipta. Jakarta
- Notoatmodjo, S. 2014. *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. PT Rineka Cipta. Jakarta
- Straubhaar, Joseph dan Larose, Robert. 2000. *Media Now : Communication Media In The Information Age*. Belmont CA: Wads-worth/Thoms]”on Learning.

GLOSARIUM

Media promosi kesehatan adalah semua sarana atau upaya untuk menampilkan pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator, baik melalui media cetak, elektronika dan media luar ruang

Media cetak adalah alat bantu untuk menyampaikan pesan-pesan kesehatan yang berupa bentuk cetakan seperti booklet, leaflet, dan poster

Media elektronik adalah suatu media bergerak yang dinamis, dapat dilihat dan didengar dalam menyampaikan pesan-pesan kesehatan

Media luar ruangan yaitu media yang menyampaikan pesannya diluar ruangan secara umum melalui media cetak dan elektronika secara statis, misalnya papan reklame, spanduk, pameran, banner dan TV layar lebar

Penelitian dan pengembangan (*Research and Development*) adalah cara sistematis untuk membuat rancangan, mengembangkan program pembelajaran dan produk yang dapat memenuhi kriteria internal

Potensi memiliki arti yang sama dengan berpotensi, yaitu artinya energy, daya, kapasitas, kesanggupan, dan kekuatan

Masalah adalah merupakan penyimpangan antara yang seharusnya dengan yang terjadi, antara teori dengan praktik, antara perencanaan, antara aturan dengan pelaksanaan

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam satu topik tertentu

Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik mengumpulkan data dan sumber data yang telah ada

Media berbasis kearifan lokal adalah media sederhana yang ada disekitar kita atau menjadi ciri khas pada suatu daerah

AVA atau *audio visual aids* adalah media yang adapat dilihat dan didengar, yang berguna dalam membantu menstimulasi indra mata (penglihatan) dan telinga pada waktu terjadinya proses penerimaan pesan

Media elektronik merupakan suatu media bergerak yang dinamis, dapat dilihat dan didengar dalam menyampaikan pesan-pesan kesehatan

Media sosial adalah merupakan medium internet yang memungkinkan penggunaannya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung pada beberapa orang dalam suatu kelompok kecil

Komunikasi massa memiliki pengertian sebagai pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.

DAFTAR INDEKS

A

Action Research, 16, 17
Adaptive Design, 108
Analisis Domain, 98, 99
Analisis Komponensial, 98, 99, 100
Analisis Taksonomi, 98, 99
Analisis Tema Budaya, 100
Analysis, 13, 20
Auditori, 185, 197, 242

B

Beneficial, 40, 41, 104
Business Publication, 228

C

Call To Action, 5
Cater To The Heart And Head, 5
Clarify The Message, 4
Classifying / Categorizing, 33
Cluster Sampling, 51
Command Attention, 4
Communicate A Benefit, 5
Conclusion Drawing, 96, 97
Concurrent, 31, 35, 36

Concurrent Embedded, 36, 100
Concurrent Triangulation, 36
Connecting, 33, 35, 44
Consistency, 5
Create Trust, 5,
Cross Modulation, 188

D

Data Display, 96, 97,
Data Reduction, 96
Develop Preliminary Form A Product, 18
Development, 7, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 27, 29, 31, 100, 122, 126, 209, 210, 256, 258, 259
Describing, 33, 44,
Dissemination And Implementation, 19

E

Evaluation, 13, 20, 21,

F

Feasible, 40, 41, 104,
Final Product Revision, 19,

Foreshadowing, 139

G

General Consumer Magazine,
228

H

Homogen, 51

I

Implementation, 13, 19, 20
Industrial Design, 109
Inspeksi, 113

J

Joint Display, 101

K

Ketentuan Fabrikasi, 111

L

Literacy Reviews And
Academic Journal, 228

M

Main Field Testing, 18, 64,
66, 89
Main Product Revision, 18
Mixed Methods, 35, 101, 102,
103

N

Need To Choose, 15, 17
Need To Do, 15, 16
Need To Know, 15, 17,
Newsletter, 228
Non Participant Observation,
70

O

Observasi Deskriptif, 78, 97
Observasi Partisipatif, 75, 76
Observasi Tak Terstruktur, 77
Observasi Terfokus, 78, 98
Observasi Terseleksi, 78, 79,
98,
Observasi Terus Terang Atau
Tersamar, 76,
Operational Field Testing, 19,
64, 66, 89,
Operational Product Revision,
18
Operational Research, 16
Original, 9, 10, 40, 104, 108
Original Desain, 108

P

Participant Observation, 70,
75

Pengujian Eksternal, 117, 118,
119, 120, 121, 125, 126,
212, 213, 214, 216, 218
Pengujian Internal, 46, 55, 57,
62, 64, 85, 104, 105, 117,
118, 119, 125, 212, 213,
214,
Planning, 18, 21, 107
Probability Sampling, 51,
Public Relations Magazines,
229
Purposive, 34, 36, 46, 51, 52,
102, 147, 173

Q

Quasi Eksperimental, 173

R

Rating Scale, 61, 105
Redesign, 108
Research And Development,
7, 13, 15, 16, 17, 27, 210,
259,
Research And Information
Collecting, 17, 27, 107

S

Sampling Incidental, 51, 52
Sampling Jenuh, 51, 52
Sampling Kuota, 51, 52

Sampling Sistematis, 51, 52
Selection Design, 109
Semantic Differential, 60, 105
Sequential, 35, 36,
Sequential Explanatory, 35
Significant, 40
Simple Random Sampling, 32,
51, 145,
Skala Guttman, 60, 105
Skala Likert, 59, 65, 105
Snowball Sampling, 34, 46,
51,
Spesifikasi Design, 109, 211
Study Literature, 25, 26

T

Triangulasi, 35, 62, 83, 84, 96,
260,

U

Uji Coba Lapangan
Operasional (Operational
Field Testing), 48, 64, 104,
105, 106
Uji Coba Lapangan Utama
(Main Field Testing), 18, 25,
26, 64, 104, 105, 106

V

Visualisasi, 166, 181, 182

W

Wawancara Semiterstruktur,
80

Wawancara Tak Terstruktur,
80, 83

Wawancara Terstruktur, 68,
69, 79, 80

Y

Youtube, 200, 205, 206, 207

Z

Zat kimia, 110

BIOGRAFI PENULIS



Septian Emma Dwi Jatmika, M.Kes, lahir pada tanggal 26 September 1988 di Purbalingga, Jawa Tengah, Indonesia. Penulis merupakan staf pengajar di Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Ahmad Dahlan terhitung sejak Agustus 2012. Riwayat pendidikan penulis yaitu Strata 1 di Jurusan Pendidikan Dokter, Universitas Jenderal Soedirman pada tahun 2006. Kemudian penulis melanjutkan studi Strata 2 di Magister Promosi Kesehatan, Universitas Diponegoro pada tahun 2011.

Bidang ilmu yang digeluti oleh penulis adalah Promosi Kesehatan dalam pengendalian produk Tembakau. Paparan dan pengalaman tentang pengendalian produk tembakau diperoleh dari keterlibatan penulis selama menjadi staf di Prodi Ilmu Kesehatan Masyarakat, Peminatan Promosi Kesehatan. Beberapa pelatihan mengenai pengendalian produk tembakau serta berbagai penelitian dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan penulis memperluas wawasannya tentang pengendalian produk tembakau.

Mata kuliah yang diampu penulis adalah Pengendalian Tembakau, Promosi Kesehatan, Komunikasi Kesehatan, Promosi Kesehatan Institusi, Pendidikan dan Pelatihan, Teknologi Promosi Kesehatan, dan Promosi Kesehatan Wisata.



Muchsin Maulana, S.KM., MPH, lahir pada tanggal 31 Oktober 1984 di Menjalin, Kalimantan Barat, Indonesia. Penulis menyelesaikan pendidikan formal strata 1 di Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Ahmad Dahlan pada tahun 2009 dan memperoleh gelar Master of Public Health (MPH) di bidang Kebijakan Manajemen dan Pelayanan Kesehatan dari Universitas Gadjah Mada pada tahun 2011. Mulai tahun 2009 hingga

sekarang penulis menjadi dosen tetap di Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Ahmad Dahlan. Bidang ilmu yang digeluti oleh penulis adalah Kesehatan Lingkungan. Mata kuliah yang diampu adalah Pengolahan Sampah, Sanitasi Tempat-Tempat Umum, Dasar Kesehatan Lingkungan dan Analisis Kualitas Lingkungan. Penulis pernah mengikuti Pelatihan Penyusunan AMDAL pada tahun 2011, Pelatihan Limbah B3 dan Pengelolaan Limbah B3 pada tahun 2018.



H. Kuntoro dilahirkan di Tulungagung, Jawa Timur pada tanggal 8 Agustus 1948. Setelah menamatkan pendidikan di Fakultas Kedokteran Universitas Airlangga pada tanggal 11 April 1974, penulis diterima sebagai staf pengajar di

Bagian Ilmu Kesehatan Masyarakat Fakultas Kedokteran Universitas Airlangga hingga tahun 1994. Semenjak tahun 1994 hingga saat ini penulis sebagai dosen tetap di Departemen Biostatistika dan Kependudukan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga. Pada tahun 1977 – 1978 penulis mengikuti pendidikan non gelar di Afdeling Medische Statistiek di Vrije Universiteit, Amsterdam negeri Belanda untuk belajar Medische Statistiek di bawah bimbingan Prof Christian L. Rumke. Pada tahun 1986 hingga 1992 penulis mengikuti pendidikan magister dan doktor di bidang Biostatistika di Department of Biostatistics, Graduate School of Public Health, University of Pittsburgh, USA di bawah asuhan Prof Philip Enterline, PhD di program magister dan Prof Sati Mazumdar, PhD, Prof C.K Redmond, PhD dan Prof Ronald E. LaPorte, PhD di program doktor.

Pada tahun 2010 penulis kembali ke kampus Pittsburgh selama 3 bulan mengikuti program Academic Recharging untuk dosen senior dari Ditjen Dikti Kemendiknas RI dalam penulisan jurnal internasional dan buku *Statistics in Epidemiology* bersama Prof Sati Mazumdar, PhD dan Prof Ronald E. LaPorte, PhD. Dalam kurun yang sama penulis diminta mengajar mahasiswa S2 dan S3 Biostatistics di Department of Biostatistics untuk mata kuliah wajib

Seminar of Biostatistics non credit. Pada Nopember – Desember 2013 penulis sebagai Visiting Professor di Public Health Program, Mahidol University, Nakhon Sawan Campus, Thailand untuk mata kuliah Global Health, Research Methodology, Biostatistics in Epidemiology and Environmental Sciences.

Penulis menjadi anggota dari American Statistical Association (ASA) dan International Biometric Society (IBS) untuk bidang biostatistika dan International Union for the Scientific Study of Population (IUSSP) untuk bidang kependudukan.

Buku yang pernah diterbitkan oleh CV Pustaka Melati Surabaya adalah Pengantar Teori Probabilitas (2002), Pengantar Statistik Multivariat (2002), Konsep Dasar Hubungan Struktural (2006), Metode Statistik (2007 dan 2011), Metode Sampling dan Penentuan Besar Sampel (2008, 2010, dan 2015), Dasar Filosofis Metodologi Penelitian (2009 dan 2011).

Buku yang pernah diterbitkan oleh Zitatama Publisher Surabaya adalah Teori dan Aplikasi Analisis Multivariat Lanjut (2014), Aplikasi R Metode Statistik (2014), Teori dan Aplikasi Analisis Seri Waktu (2014), Teori dan Aplikasi Analisis Data Kategorikal (2015).

Buku yang pernah diterbitkan oleh Airlangga University Press adalah Biostatistics in Epidemiology yang ditulis bersama Sati Mazumdar dan Ronald E. LaPorte (dalam bahasa Inggris, 2015); Meta Analisis dengan Menggunakan STATA (2016); Analisis Kelangsungan Hidup (2017).



Santi Martini adalah dosen di Departemen Epidemiologi Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga sejak tahun 1997 dan memberikan mata kuliah Epidemiologi Penyakit Tidak Menular, Epidemiologi Kanker, Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Jantung dan Stroke, Epidemiologi Penyakit Akibat Tembakau. Buku yang dihasilkan pada tahun 2017 bersama dosen UI dan peneliti

Balitbangkes berjudul “Health and Economic Cost of Tobacco in Indonesia” yang diterbitkan oleh Balitbangkes. Dia lulus Pendidikan dokter dari Universitas Airlangga pada tahun 1991, lulus dari Program Magister Ilmu Kedokteran Klinis dari Universitas Gajah Mada dan lulus dari Program Doktor Ilmu Kedokteran Universitas Airlangga.

Selain memberikan kuliah, Santi Martini juga seorang peneliti yang banyak melakukan penelitian yang berkaitan dengan tembakau atau rokok seperti *Determinants of Smoking Behaviour Among Teenagers in East Java Province*, Perbedaan Risiko Hipertensi Menurut Pola Merokok, Opini Pelajar SMU tentang Upaya Pengendalian Wabah Rokok, Survei Opini Publik mengenai Kawasan Tanpa Rokok (KTR) di Kabupaten Mojokerto, Kajian Implementasi Perda Kota Surabaya Nomor 5 Tahun 2008 tentang KTR dan KTM, Monitoring Evaluasi Implementasi Perda Kota Surabaya No. 5 Tahun 2008 Tentang KTR Dan KTM Pada Fasilitas Umum, Monitoring dan Evaluasi Peringatan Kesehatan Bergambar Pada Billboard Iklan Rokok Sesuai PP No. 109 Tahun 2012, Kepatuhan Industri Rokok dan Kesadaran Masyarakat terhadap Implementasi Peringatan Kesehatan Bergambar di Indonesia, Survei

Opini Publik tentang Kawasan Tanpa Rokok di Kota Surabaya, Kualitas Udara Dalam Gedung di Kota Surabaya, Survei Opini Publik tentang Kawasan Tanpa Rokok di Kabupaten Blitar, Analisis Paparan *Secondhand Smoke* pada Ibu Hamil dengan Konsentrasi COHb dalam Darah, *Exposure from Nicotine among Tobacco Farmer and Its Relationship to Health Disorders (Comparison Study in Indonesia and Thailand)*, Beban Penyakit Akibat Rokok di Kabupaten Blitar, Beban Penyakit Akibat Rokok di Jawa Timur, *Cigarette Health Warning Labels in Indonesia: Identifying the effectiveness religious vs non-religious messages*. Dana penelitian tersebut diperoleh dari Kemenristekdikti, Unair, pemerintah daerah maupun kerjasama dengan *World Bank*, Union, *Netherland Cancer Institute Anthony van Leeuwenhoek* (NKI-AVL), Ubon Rachathani Rajabhat University (UBRU) dan Johns Hopkins University (JHU).

Selain memberikan kuliah dan meneliti, Santi juga memberikan bantuan teknis kepada pemerintah daerah (kabupaten atau kota) dalam meningkatkan kesehatan masyarakat melalui terwujudnya regulasi Kawasan tanpa rokok, narasumber berbagai kegiatan mahasiswa maupun pemerintah daerah serta seminar yang diselenggarakan perguruan tinggi dalam pengendalian tembakau, termasuk narasumber di radio maupun televisi.