

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Promosi kesehatan merupakan salah satu upaya penting dalam meningkatkan kemampuan masyarakat untuk memelihara dan meningkatkan kesehatannya. Penyampaian informasi kesehatan yang tepat dapat membantu masyarakat memahami masalah kesehatan, melakukan pencegahan, serta mengambil keputusan yang sesuai. Dalam pelaksanaannya, komunikasi kesehatan dapat dilakukan secara langsung maupun melalui berbagai media sebagai sarana penyampaian pesan. Pemanfaatan media memungkinkan informasi kesehatan disampaikan secara lebih luas dan disesuaikan dengan karakteristik sasaran (Safrudin et al., 2026).

Perkembangan teknologi informasi turut mengubah cara penyampaian informasi kesehatan kepada masyarakat. Media digital dan media sosial memberikan kemudahan dalam menyebarkan informasi secara cepat, luas, dan fleksibel. Informasi kesehatan dapat dikemas dalam berbagai bentuk, seperti poster digital, infografis, video edukasi, dan animasi. Penggunaan unsur visual, teks, suara, dan gerakan dapat membuat pesan kesehatan lebih menarik serta membantu masyarakat memahami informasi yang disampaikan. Oleh karena itu, pemilihan media perlu mempertimbangkan karakteristik sasaran, tujuan edukasi, isi pesan, dan kemudahan akses terhadap media tersebut (Purwati, 2024).

Dalam pengembangan media promosi kesehatan, dilakukan pemilihan topik perlu diawali dengan identifikasi terhadap berbagai masalah kesehatan yang banyak ditemukan, dibicarakan, atau menjadi perhatian masyarakat. Pada kegiatan Magang Media Promosi Kesehatan di InaHealth Universitas Gadjah Mada, proses identifikasi topik dilakukan dengan menelusuri berita kesehatan terkini dari media daring, khususnya Detik.com dan sumber berita kesehatan lainnya. Selain itu, identifikasi juga dapat mempertimbangkan masalah kesehatan yang ditemukan selama kegiatan magang di puskesmas maupun masalah kesehatan yang sebelumnya pernah diangkat dalam kegiatan akademik di perguruan tinggi. Berdasarkan proses tersebut, diperoleh 14 topik penyakit yang menjadi alternatif untuk dikembangkan sebagai materi promosi kesehatan, yaitu hepatitis B, tumor

otak, penyakit katup jantung, apendisitis, tuberkulosis (TBC), HIV, gagal ginjal, dermatitis, obesitas, kekerasan seksual, campak, penyakit hati kronis, Parkinson, dan filariasis.

Keempat belas topik tersebut kemudian dikonsultasikan kepada pembimbing praktisi untuk menyesuaikan topik dengan kebutuhan dan karakteristik konten InaHealth. Hasil konsultasi menunjukkan bahwa terdapat lima topik yang masih belum banyak dibahas pada akun media sosial InaHealth, yaitu penyakit hati kronis, tumor otak, penyakit katup jantung, apendisitis, dan campak. Kelima topik tersebut selanjutnya dianalisis menggunakan *Google Trends* untuk melihat pola pencarian masyarakat terhadap masing-masing topik. Berdasarkan hasil analisis tersebut, diperoleh tiga topik dengan grafik pencarian yang lebih tinggi, yaitu campak, tumor otak, dan apendisitis. Analisis kemudian dilanjutkan dengan membandingkan ketiga topik tersebut menggunakan Google Trends. Hasil perbandingan menunjukkan bahwa campak memiliki grafik pencarian paling tinggi dibandingkan tumor otak dan apendisitis. Berdasarkan proses identifikasi, konsultasi, dan analisis tersebut, campak dipilih sebagai topik yang akan dikembangkan menjadi media promosi kesehatan digital di InaHealth.

Campak merupakan penyakit infeksi yang sangat menular dan dapat menyebabkan komplikasi serius, seperti pneumonia, diare berat, hingga kematian, terutama pada anak balita (Amalinda & Yani, 2026). Campak merupakan penyakit yang dapat dicegah melalui imunisasi, tetapi kasus campak masih ditemukan di berbagai wilayah. Selain status imunisasi, pengetahuan dan pemahaman orang tua juga menjadi bagian penting dalam mendukung pemberian imunisasi kepada anak. Pengetahuan orang tua mengenai manfaat imunisasi dapat mendukung keputusan dalam memberikan vaksin kepada anak (Andriani & Hutasoit, 2019). Kajian mengenai faktor risiko campak di Indonesia juga menunjukkan bahwa cakupan imunisasi dipengaruhi oleh berbagai faktor individu, sosial, pendidikan, kepercayaan, dan akses terhadap pelayanan kesehatan (Fridaynti et al., 2026).

Campak masih menjadi perhatian dalam upaya pengendalian penyakit yang dapat dicegah dengan imunisasi di Indonesia. Berdasarkan Profil Kesehatan Indonesia tahun 2024, terdapat 25.639 kasus suspek campak dan 3.309 kasus

terkonfirmasi campak (Kemenkes, 2024). Di Kota Yogyakarta, tercatat 247 kasus suspek campak, dengan 19 sampel positif campak dan 8 sampel positif rubella pada tahun 2024 (Dinkes, 2024).

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa informasi dan edukasi mengenai campak, imunisasi, serta upaya pencegahannya masih diperlukan sebagai bagian dari promosi kesehatan.

Penyampaian edukasi mengenai campak dapat memanfaatkan media digital, khususnya media sosial, yang memungkinkan informasi kesehatan menjangkau masyarakat secara lebih luas (Gloriana, 2025). Poster digital dapat menyampaikan informasi secara singkat dan visual, sedangkan media audiovisual seperti video dapat menggabungkan gambar, teks, suara, dan gerakan sehingga pesan dapat disampaikan secara lebih dinamis. Penggunaan media yang sesuai dengan karakteristik sasaran dan tujuan edukasi dapat membantu meningkatkan penerimaan serta pemahaman terhadap pesan kesehatan (Sholihah et al., 2025). Dengan demikian, pengembangan media digital dapat menjadi salah satu alternatif dalam mendukung penyebaran informasi kesehatan yang menarik, mudah dipahami, dan dapat diakses kembali oleh masyarakat (Putri et al., 2024).

Berdasarkan hasil pemilihan topik tersebut, kegiatan Magang Media Promosi Kesehatan di InaHealth Universitas Gadjah Mada dilakukan melalui pengembangan media promosi kesehatan digital tentang campak. Media yang dikembangkan terdiri atas dua poster digital dan satu video Reels yang ditujukan untuk publikasi melalui Instagram InaHealth. Dua poster digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai campak dan imunisasi secara ringkas dan visual, sedangkan video Reels menyampaikan informasi melalui kombinasi visual, teks, audio, dan gerakan. Pengembangan media dilakukan melalui tahapan penyusunan materi berdasarkan sumber informasi kesehatan, perancangan konsep, pembuatan desain dan naskah, produksi, penyuntingan, konsultasi, serta revisi sesuai arahan pembimbing. Kegiatan tersebut diharapkan dapat menghasilkan media edukasi yang informatif, menarik, dan mudah dipahami sekaligus menjadi penerapan keterampilan mahasiswa dalam pengembangan media promosi kesehatan digital.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan Umum Magang Mahasiswa

Mengembangkan media promosi kesehatan digital tentang campak di InaHealth Universitas Gadjah Mada sebagai sarana edukasi kesehatan yang informatif, mudah dipahami, dan mudah diakses oleh masyarakat melalui media sosial.

1.2.2 Tujuan Khusus Magang Mahasiswa

- a. *Define* (Pendefinisian): Menganalisis masalah dan kebutuhan informasi kesehatan masyarakat mengenai penyakit campak sebagai dasar dalam menentukan materi dan konsep media promosi kesehatan digital.
- b. *Design* (Perancangan): Merancang konsep, materi, alur, dan desain media promosi kesehatan digital berupa poster dan video Reels yang memuat informasi mengenai campak.
- c. *Develop* (Pengembangan): Mengembangkan dan menghasilkan media promosi kesehatan digital berupa poster tentang jadwal Imunisasi Campak-Rubella dan efek samping Imunisasi Campak serta video Reels tentang perbedaan campak dan rubella, serta mengevaluasi kesesuaian media dalam menyampaikan informasi kesehatan.
- d. *Disseminate* (Penyebarluasan): Menyebarluaskan dan mengimplementasikan media promosi kesehatan digital yang telah dikembangkan melalui platform media sosial InaHealth Universitas Gadjah Mada sebagai sarana edukasi kesehatan kepada masyarakat.

1.2.3 Manfaat Magang Mahasiswa

- a. Bagi Mahasiswa

Kegiatan magang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam situasi kerja secara langsung. Melalui kegiatan pengembangan media promosi kesehatan digital, mahasiswa dapat meningkatkan kemampuan dalam mengidentifikasi kebutuhan informasi kesehatan, menyusun materi edukasi, merancang media, serta

mengembangkan dan menyebarluaskan konten kesehatan melalui media sosial.

b. Bagi InaHealth

Kegiatan magang dapat membantu InaHealth Universitas Gadjah Mada dalam mendukung proses pengembangan dan penyebaran media promosi kesehatan digital, khususnya mengenai informasi tentang campak. Keterlibatan mahasiswa juga dapat memberikan kontribusi dalam menghasilkan konten edukasi yang informatif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, kegiatan ini dapat memperkuat kerja sama antara InaHealth dengan institusi pendidikan dalam mendukung pelaksanaan promosi kesehatan berbasis digital.

c. Bagi Politeknik Negeri Jember

Hasil pelaksanaan magang dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi Politeknik Negeri Jember dalam mengembangkan proses pembelajaran yang selaras dengan kebutuhan dunia kerja. Pengalaman mahasiswa dalam mengembangkan media promosi kesehatan digital juga dapat menjadi pertimbangan dalam memperkuat kompetensi mahasiswa di bidang komunikasi dan promosi kesehatan berbasis media digital.

1.3 Lokasi dan Waktu

Kegiatan Magang Mahasiswa dilaksanakan di Unit Multimedia InaHealth FK-KMK Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. Adapun informasi mengenai tempat dan waktu pelaksanaan Magang Mahasiswa adalah sebagai berikut.

Nama Instansi	: Unit Multimedia InaHealth FK-KMK Universitas Gadjah Mada
Alamat Instansi	: Gedung Pascasarjana Lantai 4 Sayap Selatan FK-KMK Universitas Gadjah Mada, Jalan Farmako, Sekip Utara, Daerah Istimewa Yogyakarta.
No. Telp./Fax	: 0811-2644-246
Email	: inahealthtv@gmail.com
Waktu Pelaksanaan	: 10 Agustus – 12 September 2026

1.4 Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan Magang Mahasiswa Promosi Kesehatan dalam pengembangan media promosi kesehatan digital menggunakan model pengembangan 4D yang terdiri atas empat tahapan, yaitu *Define*, *Design*, *Development*, dan *Disseminate*. Model 4D digunakan sebagai acuan dalam proses pengembangan media promosi kesehatan digital mengenai campak di InaHealth Universitas Gadjah Mada.

Tahap pertama adalah *Define* (pendefinisian), yaitu tahap untuk mengidentifikasi dan menganalisis kebutuhan informasi kesehatan yang akan disampaikan kepada masyarakat. Pada tahap ini dilakukan identifikasi masalah terkait campak, penentuan sasaran media, serta pengumpulan informasi yang relevan sebagai dasar dalam penyusunan materi edukasi.

Tahap kedua adalah *Design* (perancangan), yaitu tahap penyusunan rancangan media berdasarkan hasil analisis pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini ditentukan konsep, materi, format, alur, serta desain media yang akan dikembangkan. Media yang dirancang dalam kegiatan magang meliputi poster mengenai jadwal Imunisasi Campak-Rubella dan efek samping Imunisasi Campak serta video Reels mengenai perbedaan campak dan rubella.

Tahap ketiga adalah *Develop* (pengembangan), yaitu tahap merealisasikan rancangan menjadi media promosi kesehatan yang siap digunakan. Pada tahap ini dilakukan proses produksi poster dan video Reels dengan menggunakan perangkat lunak desain dan pengeditan. Media yang telah dibuat kemudian diperiksa dan diperbaiki berdasarkan masukan dari pembimbing atau pihak terkait agar informasi dan tampilan media sesuai dengan tujuan edukasi.

Tahap keempat adalah *Disseminate* (penyebarluasan), yaitu tahap menyebarluaskan media promosi kesehatan yang telah dikembangkan kepada sasaran melalui platform media sosial InaHealth. Pada tahap ini, poster dan video Reels dipublikasikan sebagai media edukasi mengenai campak dengan tujuan meningkatkan pengetahuan dan literasi kesehatan masyarakat.