



**FAKULTAS KEDOKTERAN
UNIVERSITAS ANDALAS**

Jl. Perintis Kemerdekaan Padang 25127

Telp.: 0751-31746 Fax: 0751-32838

Email: fk2unand@pdg.vision.net.id

PENUNTUN KETERAMPILAN KLINIK 6

BLOK 3.5 (PROMKES)

BAGIAN 2

SEMESTER 6

Tropical Infection and Emerging Diseases

Edisi 1, 2017

**PENDIDIKAN DOKTER
FAKULTAS KEDOKTERAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa kami ucapkan karena telah selesai menyusun PENUNTUN KETRAMPILAN KLINIK untuk kegiatan akademik pada blok 3.5. Terdapat tiga jenis ketrampilan yang dilatihkan yakni ketrampilan komunikasi, procedural dan laboratorium. Masing-masing ketrampilan pada blok ini akan diteruskan pada blok atau semester berikutnya. Materi yang diberikan merupakan kompetensi yang harus dilatihkan kepada mahasiswa sehingga secara umum mereka mempunyai pengetahuan dan keterampilan yang cukup dan memadai untuk menjadi seorang dokter. Oleh karena itu dituntut keseriusan mahasiswa dalam berlatih dan dedikasi yang tinggi dari instruktur untuk melatih mahasiswa.

Penuntun ketrampilan klinik ini disusun untuk memudahkan mahasiswa dan instruktur dalam melakukan kegiatan ketrampilan klinik pada blok ini. Namun diharapkan juga mereka dapat menggali lebih banyak pengetahuan dan ketrampilan melalui referensi yang direkomendasikan. Semoga penuntun ini akan memberikan manfaat bagi mahasiswa dan instruktur ketrampilan klinik yang terlibat.

Kritik dan saran untuk perbaikan penuntun ini sangat kami harapkan. Akhirnya kepada pihak yang telah membantu dalam penyusunan dan pengadaan penuntun ini, kami ucapkan terima kasih.

Padang, Maret 2017

Penyusun

JADWAL KEGIATAN KK PADA BLOK 3.5

SEMESTER 6 TA. 2016/2017

| No. | KEGIATAN* | JUMLAH PERTEMUAN (Latihan dan ujian) | RUANGAN |
|------------|---|--|----------------|
| 1. | Promosi Kesehatan: Penyakit Tropis | 3x | |
| 2. | Resusitasi Cairan 3: Pemasangan Infus dan NGT | 3x | |
| 3. | DARAH 6: Hitung jumlah dan jenis leukosit | 3x | Lab.Sentral |
| 4. | DARAH 7: pembuatan & pemeriksaan sediaan tebal & tipis malaria & filaria | 3x | Lab.Sentral |

- Rincian jadwal per minggu sesuai dengan daftar dari Bagian Akademik

I. KETERAMPILAN KOMUNIKASI

PROMOSI KESEHATAN DAN MEDIA PENYULUHAN

1. PENGANTAR

Promosi kesehatan adalah ilmu dan seni membantu masyarakat menjadikan gaya hidup mereka sehat optimal. Kesehatan yang optimal didefinisikan sebagai keseimbangan kesehatan fisik, emosi, sosial, spiritual, dan intelektual. Ini bukan sekedar perubahan gaya hidup saja, namun berkaitan dengan perubahan lingkungan yang diharapkan dapat lebih mendukung dalam membuat keputusan yang sehat.

Permasalahan berkaitan dengan perilaku yang sehat, dari penelitian-penelitian yang ada didapatkan bahwa, meskipun kesadaran dan pengetahuan masyarakat sudah tinggi tentang kesehatan, namun perilaku kesehatan masyarakat masih rendah.

Dari berbagai aspek terkait dalam Promosi Kesehatan yang perlu mendapatkan perhatian secara seksama adalah tentang metode dan alat peraga yang digunakan dalam promosi kesehatan. Dengan metode yang benar dan penggunaan alat peraga yang tepat sasaran, maka materi atau bahan isi yang perlu dikomunikasikan dalam promosi kesehatan akan mudah diterima, dicerna dan diserap oleh sasaran, sehingga kesadaran masyarakat akan Perilaku sehat lebih mudah terwujud.

Penuntun skills lab ini berisi tentang metode, media promosi kesehatan, serta bagaimana cara membuat media grafis promosi kesehatan, sehingga mahasiswa mampu membuat media sesuai dengan kearifan lokal. Diharapkan agar mahasiswa mempunyai peran memberikan informasi dan pelajaran ketrampilan promosi kesehatan

a. Waktu dan Lokasi

Waktu : 2 x 50 menit dalam 3 pertemuan

Lokasi : ruang skills-lab

b. Prasyarat

Sudah mendapat tentang :

- Pengetahuan komunikasi
- Pengetahuan tentang penyakit tropis di masyarakat

c. Bentuk Kegiatan

Kegiatan ini dilakukan dengan membuat salah satu media sesuai dengan kearifan local, metode yang benar dan penggunaan alat peraga yang tepat sasaran, mudah diterima, dicerna dan diserap oleh sasaran.

d. Penilaian

Penilaian berdasarkan proses dan hasil penugasan. Proses meliputi intensitas dan kreativitas mahasiswa selama diskusi dan penyajian. Penugasan berupa leaflet atau poster

2. TUJUAN PEMBELAJARAN:

Tujuan umum:

Mahasiswa mampu memahami promosi kesehatan, dan media yang tepat dalam promosi kesehatan.

Tujuan khusus:

Kegiatan ini merupakan kegiatan individual yang diawali dengan diskusi kelompok, agar Mahasiswa mampu dan dapat memahami;

- Definisi dan pengertian promosi kesehatan
- Media yang diperlukan dalam promosi kesehatan.
- Membuat salah satu media promosi kesehatan
- Mempresentasikan kegiatan promosi kesehatan

3. STRATEGI PEMBELAJARAN:

- Responsi
- Pembuatan media promosi

4. TEORI YANG TERKAIT

Konsep dari promosi kesehatan adalah proses untuk meningkatkan kemampuan orang dalam mengendalikan dan meningkatkan kesehatannya. Untuk mencapai keadaan sehat, seseorang atau kelompok harus mampu mengidentifikasi dan menyadari aspirasi, mampu memenuhi kebutuhan dan merubah atau mengendalikan lingkungan (*Piagam Ottawa, 1986*). Promosi Kesehatan merupakan program yang dirancang untuk memberikan perubahan terhadap manusia, organisasi, masyarakat dan lingkungan.

Dalam Konferensi Internasional Promosi Kesehatan I yang diadakan di Ottawa, Kanada, menghasilkan sebuah kesepakatan yang dikenal sebagai Piagam Ottawa. Dalam piagam ini tertera strategi dalam meningkatkan kontrol masyarakat terhadap kesehatan diri mereka sendiri, yaitu:

1. Kebijakan Berwawasan Kesehatan
2. Lingkungan yang Mendukung
3. Reorientasi Pelayanan Kesehatan
4. Keterampilan Individu
5. Gerakan Masyarakat

Faktor perilaku merupakan faktor kedua terbesar yang pengaruhi status kesehatan (Blum) Upaya intervensi perilaku dalam 2 bentuk. Pertama berupa; Tekanan (*enforcement*) contohnya, dalam bentuk peraturan, tekanan dan sanksi. Perubahan perilaku akan cepat tapi tidak langgeng. Kedua, berupa Edukasi (*education*), contohnya melalui persuasi, himbauan, ajakan, kesadaran dll. Perubahan perilaku diperlukan waktu yang lama tapi dapat langgeng.

Dimensi Intervensi Perilaku meliputi:

- *Perubahan Perilaku*
Perubahan dari perilaku yang tidak kondusif ke yang kondusif bagi kesehatan
- *Pembinaan Perilaku*

- Mempertahankan perilaku sehat
- *Pengembangan Perilaku*
Membiasakan hidup sehat bagi anak-anak

Tujuan Intervensi Perilaku antara lain:

1. Mengurangi perilaku negatif bagi kesehatan
Contoh : mengurangi kebiasaan merokok
2. Mencegah meningkatnya perilaku negatif bagi kesehatan
Contoh : mencegah meningkatnya perilaku 'seks bebas'
3. Meningkatkan perilaku positif bagi kesehatan
Contoh: mendorong kebiasaan olah raga
4. Mencegah menurunnya perilaku positif bagi kesehatan
Contoh : mencegah menurunnya perilaku makan kaya serat

MEDIA PROMOSI KESEHATAN

Media atau alat peraga dalam promosi kesehatan dapat diartikan sebagai alat bantu untuk promosi kesehatan yang dapat dilihat, didengar, diraba, dirasa atau dicium, untuk memperlancar komunikasi dan penyebar-luasan informasi.

Menggunakan alat peraga, baik secara kombinasi maupun tunggal, ada dua hal yang harus diperhatikan, yaitu : Alat peraga harus mudah dimengerti oleh masyarakat sasaran dan Ide atau gagasan yang terkandung di dalamnya harus dapat diterima oleh sasaran.

Alat peraga yang digunakan secara baik memberikan keuntungan-keuntungan : dapat menghindari salah pengertian/pemahaman atau salah tafsir dan dapat memperjelas apa yang diterangkan dan dapat lebih mudah ditangkap, apa yang diterangkan akan lebih lama diingat, terutama hal-hal yang mengesankan, dapat menarik serta memusatkan perhatian, dapat memberi dorongan yang kuat untuk melakukan apa yang dianjurkan.

Alat-alat peraga dapat dibagi dalam 4 kelompok besar :

- a. **Benda asli**, yaitu benda yang sesungguhnya baik hidup maupun mati.
Merupakan alat peraga yang paling baik karena mudah serta cepat dikenal, mempunyai bentuk serta ukuran yang tepat. Tetapi alat peraga ini kelemahannya tidak selalu mudah dibawa ke mana-mana sebagai alat bantu mengajar.
Termasuk dalam macam alat peraga ini antara lain :
 - Benda sesungguhnya, misalnya tinja di kebun, lalat di atas tinja, dsb
 - Spesimen, yaitu benda sesungguhnya yang telah diawetkan seperti cacing dalam botol
 - pengawet, dll
 - *Sample* yaitu contoh benda sesungguhnya untuk diperdagangkan seperti oralit, dll
- b. **Benda tiruan**, yang ukurannya lain dari benda sesungguhnya.

Benda tiruan bisa digunakan sebagai media atau alat peraga dalam promosi kesehatan. Hal ini dikarena menggunakan benda asli tidak memungkinkan, misal ukuran benda asli yang terlalu besar, terlalu berat, dll. Benda tiruan dapat dibuat dari bermacam-macam bahan seperti tanah, kayu, semen, plastik dan lain-lain.

c. **Gambar/Media grafis**, seperti poster, leaflet, gambar karikatur, lukisan, dll.

- **Poster**

Adalah sehelai kertas atau papan yang berisikan gambar-gambar dengan sedikit kata-kata. Kata-kata dalam poster harus jelas artinya, tepat pesannya dan dapat dengan mudah dibaca pada jarak kurang lebih 6 meter. Poster biasanya ditempelkan pada suatu tempat yang mudah dilihat dan banyak dilalui orang misalnya di dinding balai desa, pinggir jalan, papan pengumuman, dan lain-lain. Gambar dalam poster dapat berupa lukisan, ilustrasi, kartun, gambar atau photo.

Poster terutama dibuat untuk mempengaruhi orang banyak, memberikan pesan singkat. Karena itu cara pembuatannya harus menarik, sederhana dan hanya berisikan satu ide atau satu kenyataan saja. Poster yang baik adalah poster yang mempunyai daya tinggal lama dalam ingatan orang yang melihatnya serta dapat mendorong untuk bertindak.

- **Leaflet**

Leaflet adalah selebaran kertas yang berisi tulisan dengan kalimat-kalimat yang singkat, padat, mudah dimengerti dan gambar-gambar yang sederhana. Ada beberapa yang disajikan secara berlipat.

Leaflet digunakan untuk memberikan keterangan singkat tentang suatu masalah, misalnya deskripsi pengolahan air di tingkat rumah tangga, deskripsi tentang diare dan pencegahannya, dan lain-lain. Leaflet dapat diberikan atau disebarkan pada saat pertemuan-pertemuan dilakukan seperti pertemuan FGD, pertemuan Posyandu, kunjungan rumah, dan lain-lain. Leaflet dapat dibuat sendiri dengan perbanyakannya sederhana seperti di fotokopi.

d. **Gambar Optik**. seperti foto, slide, film, dll

- **Foto**

Sebagai bahan untuk alat peraga, foto digunakan dalam bentuk :

- Album, yaitu merupakan foto-foto yang isinya berurutan, menggambarkan suatu cerita, kegiatan dan lain-lain. Dikumpulkan dalam sebuah album. Album ini bisa dibawa dan ditunjukkan kepada masyarakat sesuai dengan topik yang sedang di diskusikan. Misalnya album photo yang berisi kegiatan-kegiatan suatu desa untuk merubah kebiasaan BABnya menjadi di jamban dengan CLTS sampai mendapat pengakuan resmi dari Bupati.
- Dokumentasi lepasan. Yaitu photo-photo yang berdiri sendiri dan tidak disimpan dalam bentuk album. Menggambarkan satu pokok persoalan atau titik perhatian. Photo ini digunakan biasanya untuk bahan brosur, leaflet, dll

- **Slide**

Slide pada umumnya digunakan untuk sasaran kelompok. Penggunaan slide cukup efektif, karena gambar atau setiap materi dapat dilihat berkali-kali, dibahas lebih mendalam. Slide sangat menarik terutama bagi kelompok anak sekolah, karena alat ini lebih “trendi” dibanding dengan gambar, leaflet, dan sebagainya.

- **Film**

Film merupakan media yang bersifat menghibur, tapi dapat disisipi dengan pesan-pesan yang bersifat edukatif. Sasaran media ini adalah kelompok besar, dan kolosal.

MEDIA GRAFIS / GAMBAR

Grafis secara umum diartikan sebagai gambar. Media grafis adalah penyajian visual (menekankan persepsi indera penglihatan) dengan penyajian dua dimensi. Dalam media grafis tidak termasuk media elektronik. Termasuk dalam media grafis misalnya Poster, Leaflet, Reklame, billboard, Spanduk, dll

1. PESAN DALAM MEDIA

Pesan adalah terjemahan dari tujuan komunikasi ke dalam ungkapan atau kata yang sesuai untuk khalayak sasaran. Pesan dalam suatu media harus efektif dan kreatif, untuk itu pesan harus memenuhi hal-hal sebagai berikut:

- a. *Command attention*

Kembangkan suatu idea atau pesan pokok yang merefleksikan strategi desain suatu pesan. Bila terlalu banyak ide, hal tersebut akan membingungkan khalayak sasaran dan mereka akan mudah melupakan pesan tersebut.

- b. *Clarify the message*

Pesan haruslah mudah, sederhana dan jelas. Pesan yang efektif harus memberikan informasi yang relevan dan baru bagi khalayak sasaran. Kalau pesan dalam media diremehkan oleh sasaran, secara otomatis pesan tersebut gagal.

- c. *Create trust*

Pesan harus dapat dipercaya, tidak bohong, dan terjangkau. Katakanlah masyarakat percaya cuci tangan pakai sabun dapat mencegah penyakit diare, dan untuk itu harus dibarengi bahwa harga sabun terjangkau dan mudah didapat didekat tempat tinggalnya.

- d. *Communicate a benefit*

Hasil pesan diharapkan akan memberikan keuntungan. Khalayak sasaran termotivasi membuat jamban misalnya, karena mereka akan memperoleh keuntungan dimana anaknya tidak akan terkena penyakit diare misalnya

e. *Consistency*

Pesan harus konsisten, artinya bahwa sampaikan satu pesan utama dimedia apapun secara berulang, misal di poster, stiker, dll, tetapi maknanya akan tetap sama.

f. *Cater to the heart and head*

Pesan dalam suatu media harus bisa menyentuh akal dan rasa. Komunikasi yang efektif tidak hanya sekedar memberi alasan teknis semata, tetapi juga harus menyentuh nilai-nilai emosi dan membangkitkan kebutuhan nyata.

g. *Call to action*

Pesan dalam suatu media harus dapat mendorong khalayak sasaran untuk bertindak sesuatu. “Ayo, buang air besar di jamban agar anak tetap sehat” adalah contoh ungkapan yang memotivasi kearah suatu tindakan.

2. HIMBAUAN DALAM PESAN

Dalam media promosi, pesan dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain, atau pesan itu untuk menghimbau khalayak sasaran agar mereka menerima dan melaksanakan gagasan kita.

a. *Himbauan Rasional*

Hal ini didasarkan pada anggapan bahwa manusia pada dasarnya makhluk rasional. Contoh pesan “Datanglah ke posyandu untuk imunisasi anak Anda. Imunisasi melindungi anak dari penyakit berbahaya” para ibu mengerti pesan itu, namun kadang tidak bertindak karena keraguan.

b. *Himbauan Emosional*

Kebanyakan perilaku manusia, terutama kaum ibu, lebih didasarkan pada emosi daripada hasil pemikiran rasional. Beberapa hal menunjukkan bahwa pesan dengan menggunakan imbauan emosional sering lebih berhasil dibanding dengan imbauan dengan bahasa rasional. Contoh: “Diare penyakit berbahaya, merupakan penyebab kematian bayi. Cegahlah dengan stop BAB Sembarangan” Kombinasikan dalam poster hubungan gagasan dengan unsur visual dan non verbal, misal dengan gambar anak balita sakit, kemudian tertera pesan “Lindungi anak Anda”:

c. *Himbauan Ketakutan*

Penggunaan imbauan dengan pesan yang menimbulkan ketakutan harus digunakan secara berhati-hati. Ada sebagian orang yang mempunyai kepribadian kuat justru tidak takut dengan imbauan semacam ini, tetapi sebaliknya kelompok orang yang memiliki tingkat kecemasan tinggi, pesan semacam ini akan lebih efektif.

d. **Himbau Ganjaran**

Pesan dengan imbauan ganjaran dimaksudkan menjanjikan sesuatu yang diperlukan dan diinginkan oleh si penerima pesan. Teknik semacam ini dirasa cukup masuk akal, karena pada kenyataannya orang akan lebih banyak mengubah perilakunya bila akan memperoleh imbalan (terutama materi) yang cukup.

e. **Himbau Motivasi**

Pesan ini dengan menggunakan bahasa imbauan motivasi yang menyentuh kondisi internal diri si penerima pesan. Manusia dapat digerakkan lewat dorongan kebutuhan biologis seperti lapar, haus, keselamatan, tetapi juga lewat dorongan psikologis seperti kasih sayang, keagamaan, prestasi, dll

3. BEBERAPA MEDIA GRAFIS

Media grafis adalah penyajian visual dua dimensi, yang dibuat berdasarkan unsur dan prinsip rancangan gambar, dan sangat bermanfaat dan efektif sebagai media penyampai pesan.

3.1. POSTER

Poster merupakan pesan singkat dalam bentuk gambar dengan tujuan untuk mempengaruhi seseorang agar tertarik pada sesuatu, atau mempengaruhi agar seseorang bertindak akan sesuatu hal. Poster tidak dapat memberi pelajaran dengan sendirinya, karena keterbatasan kata-kata. Poster lebih cocok kalau diperuntukkan sebagai tindak lanjut dari suatu pesan yang sudah disampaikan beberapa waktu yang lalu. Dengan demikian poster bertujuan untuk mengingatkan kembali dan mengarahkan pembaca kearah tindakan tertentu sesuai dengan apa yang diinginkan oleh komunikator.

Dari isi pesan, poster dapat disebut sebagai Tematik poster, *Tractical* poster dan *Practical* poster. Tematik poster yaitu poster yang menerangkan apa dan mengapa, *Tractical* poster menjawab kapan dan dimana, sedangkan *Practical* poster menerangkan siapa, untuk siapa, apa, mengapa dan dimana.

APA SYARAT-SYARAT YANG PERLU DIPERHATIKAN ?

- Dibuat dalam tata letak yang menarik, misal besarnya huruf, gambar warna yang mencolok
- Dapat dibaca (*eye catcher*) orang yang lewat

- Kata-kata tidak lebih dari 7 kata
- Menggunakan kata yang provokatif, sehingga menarik perhatian
- Dapat dibaca dari jarak 6 meter
- Harus dapat menggugah emosi, misal dengan menggunakan faktor IRI, BANGGA, dll
- Ukuran yang besar (50X70) cm, kecil (35X50) cm

DIMANA TEMPAT PEMASANGAN POSTER?

- Poster biasanya dipasang ditempat-tempat umum dimana orang sering berkumpul, seperti pemberhentian bus, dekat pasar, dekat toko/warung,
- Persimpangan jalan desa, kantor kelurahan, balai desa, posyandu, dan sebagainya

APA KEGUNAAN POSTER ?

- Memberikan peringatan, misalnya tentang peringatan untuk selalu mencuci tangan dengan sabun setelah berak dan sebelum makan
- Memberikan informasi, misalnya tentang pengolahan air di rumah tangga
- Memberikan anjuran, misalnya pentingnya mencuci makanan mentah dan buah-buahan dengan air bersih sebelum di makan
- Mengingatkan kembali, misalnya cara mencuci tangan yang benar
- Memberikan informasi tentang dampak, misalnya informasi tentang dampak dari BAB di jamban

APA KEUNTUNGAN POSTER?

- Mudah dibuat
- Singkat waktu dalam pembuatannya
- Murah
- Dapat menjangkau orang banyak
- Mudah menggugah orang banyak untuk berpartisipasi
- Bisa dibawa kemana-mana
- Banyak variasi

BAGAIMANA CARA MEMBUAT POSTER?

- Pilih subyek yang akan dijadikan topik, misal kesehatan lingkungan, sanitasi, PHBS, dll
- Pilih satu pesan kesehatan yang terkait, misal keluarga yang menggunakan jamban untuk BAB
- Gambarkan pesan tersebut dalam gambar, buat sketsa
- Pesan dibuat menyolok, singkat, cukup besar, dan dapat dilihat pada jarak 6 meter. Contoh pesan misalnya : Stop buang air besar sembarangan
- Buat dalam warna yang kontras sehingga jelas terbaca. Kombinasi warna yang tidak bertabrakan adalah : biru tua-merah; hitam-kuning; merah-kuning; biru tua-biru muda.
- Hindarkan embel-embel yang tidak perlu
- Gambar dapat sederhana
- Perhatikan jarak huruf, bentuk dan ukuran
- Test/uji poster pada teman, apa poster bisa mencapai maksudnya atau tidak.

HAL-HAL APA YANG PERLU DIPERHATIKAN DALAM MENDESAIN POSTER?

Poster secara umum terdiri atas beberapa bagian, yaitu: (i) *Head line* (judul), (ii) Sub head line (sub judul), (iii) *Body copy/copy writing* dan (iv) Logo dan identitas.

Head line, harus dapat dibaca jelas dari jarak 6 meter, mudah dimengerti, mudah diingat dan mudah. *Body copy* harus menjelaskan *head line*, melengkapi *head line* dan menerangkan secara singkat.

Dalam membuat poster juga perlu adanya ilustrasi. Ilustrasi ini harus atraktif berhubungan dengan warna, bentuk, format dan jenis gambar. Ilustrasi harus berhubungan erat dengan *head line*, dan terpadu dengan penampilan secara keseluruhan.

Warna merupakan salah satu unsur grafis. Pengertian warna bisa meliputi warna simbolik atau rasa kejiwaan. Warna dapat dibagi menjadi 3 kelompok menurut jenisnya:

- Warna primer : merah, kuning, biru
- Warna sekunder : hijau, kuning lembayung
- Warna tersier : coklat kemerahan, coklat kekuningan, coklat kebiruan

Warna sebagai simbol mempunyai arti tersendiri :

- Merah : berani
- Putih : suci
- Kuning : kebesaran
- Hitam : abadi
- Hijau : harapan
- Merah muda : cemburu

Mengenal rasa warna, dapat diartikan sebagai berikut:

- Merah : warna panas
- Biru : warna dingin
- Hijau muda : warna sejuk

3.2. PAPAN PENGUMUMAN

Papan pengumuman biasanya dibuat dari papan dengan ukuran 90cm x 120 cm, biasa dipasang di dinding atau tempat tertentu seperti Balai desa, posyandu, mesjid, puskesmas, sekolah, dan lain lain. Pada papan tersebut ditempelkan gambar-gambar atau tulisan-tulisan dari suatu topik tertentu.

APA BAHAN YANG DIPERLUKAN

- Plywood ukuran 90 cm X 120 cm
- Kertas berwarna
- Gunting
- Paku payung
- Huruf-huruf atau tulisan

- Koleksi gambar-gambar dalam segala ukuran

BAGAIMANA CARA MEMBUAT PAPAN PENGUMUMAN

- Ambil *plywood*
- Warnai bila diperlukan
- Beri bingkai pada sekeliling papan
- Tempatkan atau dipaku didinding gedung, atau tempat yang memungkinkan
- Tempatkan pada tempat atau lokasi yang mudah dilihat
- Tuliskan judul yang menarik

BAGAIMANA CARA MENGGUNAKAN PAPAN PENGUMUMAN

- Tentukan jangka waktu pemasangan, sehingga tidak membosankan, misal cukup selama 1-2 minggu.
- Gunakan pada peristiwa-peristiwa tertentu saja, misal pada waktu pertemuan besar, hari libur
- Cari sumber untuk melengkapi displai, misal dari perpustakaan, kantor humas, dan lain-lain.

APA KEUNTUNGAN PAPAN PENGUMUMAN

- Dapat dikerjakan dengan mudah
- Merangsang perhatian orang
- Menghemat waktu dan membiarkan pembaca untuk belajar masalah yang ada
- Merangsang partisipasi
- Sebagai *review/reminder* terhadap bahan yang pernah diajarkan.

3.3. LEAFLET

Leaflet atau sering juga disebut pamflet merupakan selembar kertas yang berisi tulisan cetak tentang sesuatu masalah khusus untuk suatu sasaran dan tujuan tertentu. Ukuran leaflet biasanya 20 x 30 cm, berisi tulisan 200 – 400 kata. Isi harus bisa ditangkap dengan sekali baca. Misal leaflet tentang diare untuk orang-orang yang tinggal di bantaran sungai dan buang air besar sembarangan.

APA YANG HARUS DIPERHATIKAN DALAM MEMBUAT LEAFLET

- Tentukan kelompok sasaran yang ingin dicapai
- Tuliskan apa tujuannya
- Tentukan isi singkat hal-hal yang mau ditulis dalam leaflet
- Kumpulkan tentang subyek yang akan disampaikan
- Buat garis-garis besar cara penyajian pesan, termasuk didalamnya bagaimana bentuk tulisan gambar serta tata letaknya
- Buatkan konsepnya
- Konsep dites terlebih dahulu pada kelompok sasaran yang hamper sama dengan kelompok sasaran

- Perbaiki konsep dan buat ilustrasi yang sesuai dengan isi

UNTUK APA PENGGUNAAN LEAFLET

- Untuk mengingat kembali tentang hal-hal yang telah diajarkan atau dikomunikasikan
- Diberikan sewaktu kampanye untuk memperkuat ide yang telah disampaikan
- Untuk memperkenalkan ide-ide baru kepada orang banyak

APA KEUNTUNGAN LEAFLET

- Dapat disimpan lama
- Sebagai refensi
- Jangkauan dapat jauh
- Membantu media lain
- Isi dapat dicetak kembali dan dapat sebagai bahan diskusi

5. TEKNIS UNTUK PELAKSANAAN MAHASISWA

- a. Tentukan **topik dan audiens** yang menjadi tujuan dari promosi kesehatan yang akan dibuat.
 - Audiens: balita, anak sekolah, remaja, masyarakat luas, kader, petugas kesehatan, dan sebagainya (pilih satu diantaranya)
 - Buatlah salah satu media alat bantu promosi kesehatan Leaflet ataupun poster untuk topik dibawah ini:
 - a.Pencegahan Penularan Malaria
 - b.Pencegahan penyebaran filariasis
 - c.DHF/ Demam berdarah
 - d.PUSKESMAS
 - e.Posyandu
 - f.dst (terkait dengan blok Pengelolaan Penyakit tropis)
- b.Hasil kerja dipresentasi di depan kelompok masing-masing
 - a. Anggota kelompok lainnya berperan sebagai audiens dan mengajukan pertanyaan sesuai dengan topik promosi kesehatan.
 - b. Anggota kelompok memberikan tanggapan, pertanyaan, kritikan dan sebagainya untuk terhadap poster/leaflet yang disajikan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Departemen Kesehatan RI, Pusat Promosi Kesehatan, Pedoman Pengelolaan Promosi Kesehatan, Dalam Pencapaian PHBS, Jakarta 2008
- Departemen Kesehatan RI, Pusat Promosi Kesehatan, Panduan Pelatihan Komunikasi Perubahan Perilaku, Untuk KIBBLA, Jakarta 2008
- Departemen Kesehatan RI, Pusat Promosi Kesehatan, Pengembangan Media Promosi Kesehatan, Jakarta 2004

**DAFTAR TILIK PENILAIAN
PROMOSI KESEHATAN DAN MEDIA PENYULUHAN
KETRAMPILAN KLINIK 6 BLOK 3.5 TROPICAL INFECTION AND EMERGING DISESASES
SEMESTER 6 TA.2016/2017**

NAMA :
NO.BP :
KELOMPOK :

| No | ASPEK PENILAIAN | SKOR | | | |
|-----|---|------|---|---|---|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 |
| | Presentasi | | | | |
| 1 | Mengucapkan salam, memperkenalkan diri | | | | |
| 2 | Memberikan pengantar penyuluhan | | | | |
| 3 | Menjelaskan isi penyuluhan dengan cara menarik | | | | |
| 4 | Bahasa yang digunakan mudah dimengerti | | | | |
| 5 | Memberikan jawaban dengan baik terhadap pertanyaan dari audiens | | | | |
| 6 | Melakukan penutupan | | | | |
| | Media Promosi | | | | |
| 7 | Menarik | | | | |
| 8 | Mudah dimengerti | | | | |
| 9 | Sesuai dengan aturan pembuatan leaflet atau poster | | | | |
| 10 | Pesan dan menjawab 5 W + 1 H | | | | |
| 11. | Inovatif | | | | |
| 12 | Kreatif | | | | |
| | TOTAL | | | | |

Keterangan,:

0. = Tidak dilakukan

1. = Dilakukan dengan perlu perbaikan

2. = Dilakukan dengan sempurna

3. = Dilakukan dengan tambahan inovatif & kreatif

Nilai = $\frac{\text{Total Score}}{\text{Total Score}} \times 100$

36

Padang,

Instruktur,

(.....)