

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perencanaan kampanye adalah suatu rangkaian sistem yang disusun oleh organisasi yang terdiri dari berbagai keputusan sebagai serangkaian kegiatan komunikasi terorganisasi bertujuan untuk menciptakan dampak tertentu kepada sebagian besar khalayak secara berkelanjutan dalam periode waktu yang berkelanjutan.

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa:

1. Tahap perencanaan kampanye dilakukan oleh tim PPI dan humas RSUP Dr. Sardjito, tahap analisis masalah dilakukan selama kurang lebih satu tahun dengan melakukan *fact finding*, pengumpulan literatur kesehatan dan mengenai kampanye.
2. Tujuan kampanye adalah menciptakan kesadaran bagi masyarakat rumah sakit dalam mencuci tangan dengan benar sesuai standar WHO, namun ada tujuan lain yang muncul setelah kampanye berhasil berjalan dengan baik yaitu untuk mendukung rumah sakit dalam penilaian JCI.
3. Terdapat perbedaan dalam perencanaan pesan dalam kampanye yang ditujukan untuk kalangan medis dengan pengunjung adapun perbedaan meliputi istilah kedokteran bagi tenaga medis, bahasa

dalam pesan lisan atau oral dan bahasa yang tertera dalam media kampanye digunakan untuk kalangan medis berisi mengenai istilah kesehatan sedangkan untuk kalangan non medis berisi mengenai informasi yang bersifat persuasif.

4. Strategi dan taktik yang dijalankan oleh tim PPI dan humas melalui salah satunya dengan program PKMRS dan melalui berbagai media.
5. Penentuan alokasi biaya tidak dijelaskan secara rinci mengingat RSUP Dr. Sardjito adalah rumah sakit milik pemerintah maka tidak dapat diakses mengenai rancangan pembiayaan kampanye.
6. Evaluasi terdapat dua jenis yaitu evaluasi bulanan dan tahunan.

B. SARAN

1. Saran Praktis

Media yang digunakan perlu memaksimalkan teknologi internet seperti menggunakan bantuan *social media* untuk memaksimalkan kampanye dan untuk lebih menjangkau masyarakat luas tidak hanya masyarakat rumah sakit.

2. Saran Akademis

Dalam penelitian ini analisis dalam perencanaan masih terbatas pada beberapa teori saja. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian agar lebih fokus pada masing-masing tahap yang terdapat dalam perencanaan kampanye.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmujuwono, Soebardjo. 1992. *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Jakarta: Erlangga. Second Edition.
- Durianto, Darmadi, Wachidin Wijaya, A., Supratikno, H., & Sugiarto. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif : Strategi Program dan Teknik Pengukuran*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W. 1995. *Perilaku Konsumen II*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gregory, Anne. *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*, 2004. Jakarta: Erlangga. Edisi kedua
- Kottler, Phillip & Nancy Lee. 2007. *Corporate Social Responsibility : Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kottler, Phillip & Eduardo L. Roberto. 1989. *Social Marketing*. Canada: The Free Press
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Mahsun, Mohamad. 2006. *Pengukuran Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta
- McQuail, Deniss M. 1987. *Mass Communication Theory : an Introduction*. Newbury Parks : Sage
- Moleong, Lexy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Moleong, Lexy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Morissan, M.A. 2010. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Kencana
- Nawawi, H. dan Martini, H.M. 1992. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta. Gadjah Mada University Press
- Natzir, Moh. 1989. *Metode Penelitian*. Jakarta. Ghalia Indonesia

Perloff, Richard M.1993. *The Dynamics of Persuasion*.New Jersey: L. Erlbaum Associates

Pfau,M. dan Parrot, K. 1993. *Persuasive Communication Campaigns*, Massachusets: Allyn and Bacon.

Ruslan, Rosady. 2007. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Venus, Antar. 2007. *Manajemen Kampanye, Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media

Tulisan Tidak Diterbitkan :

Buku saku pedoman petugas kebersihan RSUP Dr. Sardjito

Referensi:

Anggraheni Wijayanti.2011.*Perencanaan Kampanye Garuda*

Indonesia.Universitas Atma Jaya Yogyakarta



KEMENTERIAN KESEHATAN R.I.
RUMAH SAKIT UMUM PUSAT DR. SARDJITO – YOGYAKARTA
BAGIAN HUKUM DAN HUBUNGAN MASYARAKAT
Telp. 520410 (langsung), 587333, 631190 psw. 583 & 477, e-mail: hukum_humas.rssardjito@yahoo.co.id

Nomor : IR.VII.9.IV/2013

04 Desember 2013

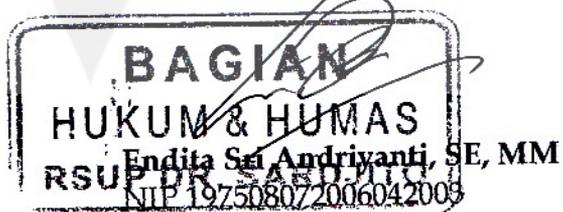
Hal. : SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Menerangkan bahwa dibawah ini:

Nama	: Ayu Diah Tunjungsari
NPM	: 07.09.03334
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Asal Universitas	: Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Kontak Person	: 08175429492
Tujuan Penelitian	: Penelitian Tugas Akhir Skripsi
Judul Skripsi	: Perencanaan Kampanye RSUP Dr. Sardjito Periode 2011-2012 (Kasus Pada Kampanye Langkah Cuci Tangan Bersih 5-6 Pasti)

Telah melakukan penelitian tugas akhir skripsi terhitung sejak tanggal 14 November 2013 di bagian Hukum dan Humas serta di bagian PPI-RS dalam rangka penyusunan skripsi. Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kepala Sub Bagian Hukum dan Kemitraan





1. Leaflet yang dibagikan ke pengunjung



2. Poster yang digunakan dalam kampanye

Transkrip wawancara dengan ibu Tri Hartati atau akrab dipanggil bu Tatik yang dilakukan bertahap mengingat kesibukan beliau sebagai perawat di instalasi penyakit dalam RSUP Dr. Sardjito, peneliti sempat menemui kesulitan dalam proses wawancara yang terputus-putus karena ibu Tatik harus menangani pasien rawat inap, demikian adalah wawancara peneliti dengan ibu Tatik sebagai ketua tim PPI di ruang rawat inap wiajya kusuma:

Peneliti :

”Perkenalkan saya Ayu dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, kedatangan saya bermaksud untuk meneliti mengenai perencanaan kampanye 5-6 Pasti sehubungan dengan diraihnya penghargaan bergengsi oleh rumah sakit Sardjito dalam ajang yang diadakan oleh WHO, terlebih dahulu saya mengucapkan selamat untuk ibu dan rekan-rekan ibu dalam pencapaian sebagai pemenang dalam ajang tersebut.”

Ibu Tatik :

”Terima kasih perhatiannya, ya dengan ini kami sangat bersyukur dan tentunya kami sendiri dan saya mewakili teman-teman tim PPI sangat bangga dengan pencapaian kami dalam kampanye, kami awalnya tidak mengira akan menjadi pemenang bahkan kami semua kaget ketika dokter Andaru sebagai ketua panitia menerima pengumuman dari WHO dan

diundang untuk menerima award dari bapak Didier Pittet sebagai wakil dari WHO, itu kalau mau lihat pialanya ada di ruang PPI-RS”

Peneliti :

”Pasti senang sekali ya ibu dan tentunya sebagai rumah sakit di kawasan Asia Pasifik menjadi pemenang bukan sesuatu hal yang mudah, dalam hal ini bagaimana konsep perencanaan kampanye menurut ibu?”

Ibu Tatik :

”Perencanaan merupakan hal penting dalam kampanye yang kami lakukan, perencanaan yang kami lakukan cukup panjang mulai dari mengumpulkan data, fact finding dan mempelajari berbagai literatur kesehatan, kami juga dibantu sekali dengan keberadaan humas karena mereka yang membantu merancang perencanaan untuk pembuatan media kampanye dan penyebarannya.”

Peneliti :

”Lalu bagaimana konsep kampanye secara umum menurut ibu?”

Ibu Tatik:

”Kampanye merupakan upaya meningkatkan kesadaran kepada khalayak serta pengetahuan dan menanamkan persepsi yang lebih baik melalui pesan, media dan praktek langsung atau keterlibatan langsung sasarannya.”

Peneliti : ”Mengapa tim PPI memilih tema 5-6 Pasti bu?”

Ibu Tatik :

”Kalau tema sih berdasarkan langkah cuci tanganya mbak, 5-6 langkah itu sesuai WHO bukan kami yang membuat sendiri tapi itu semua sesuai ketentuan WHO, kalau masalah tema balik lagi ya biar mudah pakai

temanya langkah itu saja biar mudah dihafal dan diingat kami semua dan masyarakat nantinya. Biar inget oh iya 5-6 Pasti tu berarti caranya kayak yang dibilang pas di Sardjito”

Peneliti:

”Oh ternyata itu karena ketentuan WHO ya bu saya kira langkah itu dibuat oleh tim PPI, lalu apa saja yang dilakukan tim PPI dalam persiapan kampanye 5-6 Pasti bu?”

Ibu Tatik :

”Persiapannya ya kami mengadakan rapat internal sesama tim Mengumpulkan data dan dokumen melalui web maupun literatur kesehatan dan kampanye, fact finding dan lain-lain, sebelum menjadi nominator tim PPI dibentuk oleh ketua panitia yaitu dokter Andaru, beliau yang memprakarsai dan mengajak untuk mengikuti ajang tersebut, beliau sebagai dokter juga sangat concern pada dunia kesehatan maka hal tersebut yang mendasari dibentuknya tim PPI ini, persiapan yang kami lakukan cukup panjang dan tidak jarang mengalami kendala terbesar yaitu masalah waktu. Waktu kami sangat terbatas dalam pengumpulan dokumen, kami semua bekerja keras untuk itu apalagi mengumpulkan ka unit dan instalasi sama aja itu susah mbak, belum lagi SMF beliau-beliau pasti sibuk ada operasi, pelayanan pasien dan praktek di rumah, susah sekali untuk mengumpulkan mereka dalam satu ruangan padahal ya waktunya mepet.”

Peneliti :

” Lalu sebenarnya target dalam kampanye ini siapa saja bu? Bagaimana penentuan targetnya ada klasifikasi khusus tidak ?”

Ibu Tatik :

”Penentuan target kampanye pertama-tama dibagi dua oleh dokter Andaru dan saya, lalu kami ajukan ke kepala ruangan, instalasi lalu ke dokter-dokter kepala SMF setelah mereka menyetujui maka sudah oke, dan juga lewat situ mbak tim PPI-RS akhirnya bisa ngumpul lengkap dan baru deh bisa dikatakan terbentuk resmi ya walaupun sebelumnya sudah

terbentuk di depan tapi ya itu jarang ketemu-ketemu kami. Akhirnya ya penentuan target itu ada dua yaitu di kalangan kami –kami sendiri tenaga medis, non medis dan karyawan mereka harus lebih dulu nglothok mengenai cuci tangan 5-6 Pasti ini biar bisa mengajarkan juga nantinya khan ada tu di humas program PKMRS itu khan punya humas tugasnya khan memberi tahu mengenai bahaya-bahaya penyakit, seputar kesehatan dan ya nantinya dimuat juga materi kampanye 5-6 Pasti.”

Peneliti : Dalam merancang pesan untuk dokter dan perawat apakah berbeda dengan pesan yang akan disampaikan ke masyarakat awam?

Ibu Tatik :

”Pesan yang kami rancang untuk tenaga medis lebih ke pengetahuan mengenai tata cara penanganan medis sebelum dan sesudah kontak dengan pasien banyak menggunakan istilah medis tapi kalau untuk penunggu dan pengunjung kami pakai bahasa yang lebih umum biar mereka lebih ngerti.”

Peneliti : Apa saja strategi yang dilakukan dalam perencanaan kampanye bu? misal ada taktik khusus untuk menarik minat sasaran bu

Ibu Tatik :

”Selain perencanaan pesan ada juga sih semacam acara atau lomba dibagi dalam kategori perawat, karyawan, dokter dan co ass dari acara tersebut sih dipilih mana yang paling menarik dalam menampilkan yel-yel, drama ataupun nyanyian, dari situ kita bisa menanamkan ke mereka mengenai itu tadi langkah cuci tangan bersih khan secara gak langsung mereka berproses untuk menghafal, itu salah satu strategi kami”

Peneliti : Kalau strategi yang menyangkut dengan pengadaan media ada tidak bu?

Ibu Tatik

: *”Ada juga mbak, tapi lebih rincinya tanya ke divisi humas saja karena mereka yang lebih banyak ngurus masalah media kami sih hanya merancang garis besar masalah design, gambar, poster hanya sebatas*

informasi kalau kami, mereka yang lebih ahli mendesign dan untuk penyebaran serta distribusi juga mereka yang urus.”

Peneliti: Baik ibu akan saya tindak lanjuti ke bagian humas nantinya, lalu dalam hal alokasi waktu kampanye dilakukan berapa lama bu?

Ibu Tatik :

”Waktu pelaksanaan kampanye sekitar 10-15 menit bisa di ruang kuliah kalau untuk kalangan medis dokter dan perawat kalau untuk pengunjung bisa di ruang tunggu tiap instalasi, dengan pertama-tama ya kami menjelaskan bahwa fenomena yang terjadi menurut data dari WHO, terus pentingnya menjaga kebersihan tangan, baru ke langkah-langkahnya nanti di situ juga dijelaskan media yang dipakai buat cuci tangan apa saja karena khan ga semua sabun itu bisa membersihkan tangan dengan baik ya kalau bisa pakai sabun antiseptik kalau ga ada air ya kaya pakai antis dan semacamnya atau cairan alcuta yang mengandung alkohol 70%.”

Peneliti : Dalam perencanaan kampanye terdapat tahap evaluasi ya bu, kalau di RS Sardjito bagaimana tahap evaluasinya bu ?

Ibu Tatik : *”Kami melakukan pengecekan dilihat dari absensi berapa kali mereka cuci tangan sehari, bisa pakai air atau alcuta walaupun sebenarnya ini hanya untuk melihat kesadaran para karyawan aja namun untuk evaluasi besarnya diadakan setelah setahun program berjalan biasanya lebih ke evaluasi secara keseluruhan mulai dari pesan, apa saja media yang perlu diperbarui dan juga taktik dan strategi baru.”*

Peneliti: Nah dari penjelasan mengenai perencanaan kampanye yang saya dapat bu, efek apa yang diharapkan dalam kampanye 5-6 Pasti bu?

Ibu Tatik : *”Balik lagi ke targetnya mbak khan ga semua orang bisa nangkep pesan kita dengan jelas makanya kadang kita pakai bahasa jawa*

atau bahasa yang lebih santai biar pengunjung tu tahu dan mereka khan praktek langsung jadi kemungkinan untuk ingat lebih besar daripada hanya sekedar denger kami ngomong malah ngantuk,hahaha..nah dari situ kalau mereka nangkep dan bisa seterusnya mempraktekkan tanpa bantuan dari kami dan bisa hafal khan artinya mereka bisa menularkan kebiasaan ke teman atau keluarga mengenai cuci tangan itu sebagai langkah gaya hidup bersih dan sehat.”

Peneliti : Baiklah ibu terima kasih sekali atas waktu yang diluangkan dalam wawancara ini, saya mohon diri bu..sampai jumpa lagi di lain kesempatan bu

Ibu Tatik : ”Sama-sama mbak, semoga sukses dan lancar skripsinya..”

(Penulis lalu diajak untuk mendokumentasikan kegiatan kampanye yang dilakukan oleh tim PPI mereka mempraktekkan kepada residen dan karyawan)

Wawancara kedua dilakukan di waktu yang berbeda, dengan suasana yang lebih santai kali ini narasumber dari bagian humas RSUP Dr. Sardjito yaitu Regina Wijayastuti sebagai staff humas yang membuat rancangan media dalam kampanye dan seksi dokumentasi, wawancara dilakukan di ruang humas .

Peneliti : Apakabar mbak Regina apakabar? Kali ini kita bertemu dengan suasana lain ya mbak dulu wawancara KKL sekarang skripsi..Pertama-tama bagaimana konsep kampanye menurut mbak Rena (panggilan Regina) ?

Regina: *"Baik Ayuuuuu,iya jadi langsung aja ya,Kampanye adalah kegiatan untuk mengajak target kita untuk melakukan hal yang disampaikan oleh penyuluhnya misal dalam kampanye 5-6 Pasti ini khan masyarakat rumah sakit yaitu seluruh manusia yang berada di rumah sakit berupa karyawan, dokter, perawat,serta pasien lalu pengunjung diharapkan bisa mengubah kebiasaan mereka untuk mencuci tangan dengan benar sesuai yang dikampanyekan oleh tim PPI-RS."*

Peneliti : Apa saja yang dilakukan humas dalam perencanaan kampanye ini mbak?

Regina : *"Dalam perencanaan ya kita pertama mencari data, browsing di webnya WHO, terus kita ujicoba dulu ke kalangan internal semacam percobaan kampanye pura-puranya kampanye udah jalan emmm semacam simulasi gitu."*

Peneliti : Apakah ada strategi khusus misal event atau acara untuk menarik perhatian target kampanye mbak?

Regina : *"Ada itu acara yang isinya lomba untuk kalangan karyawan, dokter, suster dan lain-lain,Acara tersebut dirancang oleh tim PPI dan kami mendokumentasikan sebagai upaya untuk membantu para tenaga medis agar mereka dapat mengingat dengan mudah langkah-langkah soalnya khan langsung*

dipraktekin, ada yang pake drama di dalamnya ada yang berperan sebagai kuman ada juga yang pura-pura jadi pasien yang kena infeksi nosokomial terus ada yang pura-pura jadi dokter terus nyembuhin juga ada mbak, seru sih karena dengan begitu mereka secara tidak sadar sudah belajar juga khan bisa dipraktekin nantinya ke masyarakat rumah sakit.”

Peneliti:” Wah sepertinya seru ya mbak, kalau media kampanye apa saja mbak yang digunakan dalam perencanaan kampanye mbak?Apakah dipakai terus sampai sekarang?”

Regina :”*Media yang diterbitkan sebelumnya diseleksi dulu oleh direksi kami walaupun bertugas untuk mendisign tapi ga berkuasa sepenuhnya juga karena direksi lah yang menentukan layak atau tidak terbit dalam media internalnya dan tentunya segi pembiayaan juga menjadi pertimbangan.Bentuk medianya kaya gini nih.”*

(Menunjukkan contoh-contoh media yang dipakai oleh tim PPI dan humas dalam kampanye lalu memberikan data kepada penulis mengenai daftar media)

Peneliti : Lalu apakah strategi penyampaian pesan dalam kampanye bagaimana mbak?

Regina: ”*Penyampaian pesan sih ya pake penyuluhan seperti yang tiap hari kami lakukan contohnya PKMRS gitu terus ya tim PPI dan kami terjun ke lapangan langsung mengkampanyekan dengan bahasa medis sih kalau untuk kalangan dokter, residen,co ass belum lagi kita presentasi pakai slide ke kalangan direksi. Kami juga mengadakan press conference mengenai kampanye kami dan diliput juga oleh rekan-rekan media ini ada copynya kalau mau lihat.”*

(Menunjukkan kliping berita yang dimuat di beberapa surat kabar harian)

Peneliti :Tahap akhir sebuah perencanaan adalah evaluasi ya mbak, evaluasi di dalam kampanye ini sudah berjalan belum?kalau sudah bisa minta tolong dijelaskan mba?

Regina: ”*Evaluasi kami lakukan dengan tim PPI sekitar sebulan sekali dengan mengambil absensi dari seluruh divisi di Sardjito banyak banget tapi sebenarnya sih kalau lebih efektif lagi ya evaluasi tahunannya dilakukan setaun sekali setelah program jalan ditinjau lagi pesan, media dan bisa saja pergantian direksi beda*

lagi kebijakannya dan mungkin ada cara lain untuk kampanye biar ga membosankan.”

Peneliti: Panjang juga ya mbak prosesnya, ini terakhir efek apa sih mbak yang ingin dicapai dalam kampanye 5-6 Pasti?

Regina : *”Efeknya ya supaya karyawan semua dan masyarakat rumah sakit mempunyai pengalaman baru ketika dapat berpartisipasi dalam kampanye serta bisa berguna sebagai pengetahuan kalau penyakit banyak datang dari kontak tangan dan melalui telapak tangan”*

Peneliti : Oke mbak, terima kasih atas waktunya ya mbak..sukses selalu

Regina : ”Sama-sama nak Ayu”

Setelah wawancara tersebut peneliti mengumpulkan data yang terdapat di humas seputar kampanye 5-6 Pasti.

**Kampanye yang dilakukan di kalangan co ass atau dokter muda oleh
dr. Bambang Djarwoto**



3. Kampanye di ruang seminar yang ditujukan oleh dokter muda (co as)



4. Para dokter muda mempraktekkan langkah cuci tangan bersih

Kampanye yang dilakukan oleh dr. Andaru Dahesihdewi dan ibu Raeni

Nursanti kepada residen



5. Ketua panitia PPI memberi pengarahan kepada residen



6. Residen mempraktekkan langkah cuci tangan bersih yang di peragakan oleh PPI



7. Ketua panitia PPI memberi pengarahan dalam ruang kuliah residen

Kampanye yang dilakukan oleh ibu Tri Hartati dan rekan tim PPI kepada perawat



8. Tim PPI melakukan kampanye di kalangan perawat



9. PPI mempraktekkan langkah cuci tangan kepada perawat di ruang kuliah



10. Para perawat bangsal mengikuti kampanye yang dilakukan oleh tim PPI



11. Para perawat dan residen di bangsal mempraktekkan cara cuci tangan bersih

Kampanye yang dilakukan oleh tim PPI kepada direksi di ruang bulat pada saat presentasi kepada direksi.



12. Tim PPI mengajarkan kepada direksi mengenai langkah cuci tangan yang benar



13. Jajaran direksi setelah mengikuti kampanye di ruang Bulat setiap hari Rabu

Kampanye yang dilakukan oleh direktur operasional kepada karyawan



14. Direktur operasional melakukan kampanye untuk karyawan outsourcing



15. Para petugas cleaning service memperagakan langkah keempat dalam cuci tangan bersih 5-6 Pasti



16. dr. Bambang Djarwoto mempraktekkan cuci tangan bersih 5-6 Pasti kepada petugas *cleanning service*.

Kampanye yang dilakukan ke pengunjung melalui PKMRS



17. Tim PPI menunjukkan cara cuci tangan bersih 5-6 Pasti kepada pengunjung di IRNA I



18. Tim PPI Mengajak pengunjung untuk berpartisipasi



19. Tim PPI menuangkan hand sanitizer untuk pengunjung



20. Tim PPI mengajak pengunjung untuk mempraktekkan cuci tangan bersih 5-6 Pasti



21. Tim PPI membagikan leaflet langkah cuci tangan bersih 5-6 Pasti kepada pengunjung



22. Pemasangan Hand sanitizer di setiap pintu masuk instalasi



23. Pemasangan standing banner di setiap pintu masuk instalasi



24. Penerimaan Award oleh dr. Andaru Dahesihdewi dan Prof. Dr. Budi Mulyono, Sp.PK-K sebagai panitia PPI-RS



25. Piala yang didapat oleh RSUP Dr. Sardjito dalam Hand Hygiene Pacific Award