

**MODUL PRAKTIKUM
PENGEMBANGAN MEDIA KOMUNIKASI
KESEHATAN**



Dikembangkan oleh:

Dr. Susiana Nugraha, SKM., MN

**UNTUK MAHASISWA KESEHATAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS RESPATI INDONESIA 2020/2021**



MODUL PRAKTIKUM
PENGEMBANGAN MEDIA KOMUNIKASI KESEHATAN

Cetakan : 1

Penyusun : Dr. Dra. Tri Suratmi, M.Pd

Dr. Susiana Nugraha, SKM., MN

Asyifa Robiatul Adawiyah, S.Ked, M.Kes

Dosen Mata Kuliah Promosi Kesehatan

Email : susiana.nugraha@urindo.ac.id

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan hidayahnya kami dapat menyelesaikan Modul Praktikum Pengembangan Media Komunikasi Kesehatan.

Kami berharap dengan adanya modul praktikum ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca khususnya mahasiswa kesehatan masyarakat. Kami menyadari bahwa dalam pembuatan modul ini masih banyak terdapat kekurangan.

Oleh sebab itu, kami mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca demi penyempurnaan modul berikutnya.

Wassalaam

Penulis

Daftar isi

KATA PENGANTAR.....	4
Modul Pengembangan Media Komunikasi kesehatan	6
Tinjauan Teori Tentang Promosi Kesehatan	7
Latar belakang	7
Pengertian Promosi Kesehatan	7
Media Promosi Kesehatan.....	9
Pengertian	9
Pesan dalam media	10
Jenis Media Promosi Kesehatan.....	11
Memilih Media Promosi Kesehatan	15
Praktik Membuat Media Komunikasi Kesehatan	17
Praktik Membuat Media Cetak	17
Praktik Membuat Media Elektronik Audio-Visual Menggunakan Aplikasi Power Point.....	26
Penutup	29

Modul Pengembangan Media Komunikasi kesehatan

Tujuan Praktikum	Mengetahui cara membuat desain media komunikasi Kesehatan
Tujuan Khusus	<ol style="list-style-type: none">1. Membuat media cetak untuk komunikasi kesehatan (leaflet, poster, flyer)2. Membuat media elektronik untuk komunikasi kesehatan (media audio visual)
Manfaat Praktikum	<ol style="list-style-type: none">1. Mahasiswa memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam menganalisis pengembangan media desain grafis2. Mahasiswa memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam menganalisis dan mengembangkan media cetak3. Mahasiswa memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam menganalisis pengembangan media audiovisual4. Mahasiswa memiliki keterampilan dalam mengaplikasikan metode komunikasi kesehatan5. Mahasiswa memiliki keterampilan mengaplikasikan media dalam promosi kesehatan6. Mahasiswa memiliki keinginan untuk mengkajikonsep dasar komunikasi kesehatan7. Mahasiswa memiliki keinginan untuk mengkaji media kesehatan dan iklan layanan masyarakat8. Mahasiswa memiliki keinginan untuk mengkaji mengembangkan media desain grafis9. Mahasiswa memiliki keinginan untuk mengembangkan media promosi kesehatan melalui media sosial

Tinjauan Teori Tentang Promosi Kesehatan

Latar belakang

Globalisasi menyebabkan terjadinya banyak perubahan dan pemuktahiran serta perkembangan ilmu pengetahuan di sektor kesehatan. Pada masa sekarang status kesehatan telah menjadi suatu keharusan untuk dipertahankan bagi setiap anggota masyarakat yang bermukim dalam suatu wilayah tertentu. Status kesehatan sekarang telah dianggap sesuatu yang berharga dan menjadi suatu hal yang harus ditingkatkan oleh setiap manusia.

Keberhasilan program pendidikan kesehatan yang meliputi perilaku kesehatan dan domain kesehatan sangat besar peranannya guna mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas. Dalam perjalanannya pendidikan kesehatan, dikenal dengan istilah Promosi Kesehatan (Snelling, 2014). Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesehatan masyarakat. Promosi kesehatan merupakan ilmu dan seni mencegah penyakit, memperpanjang hidup, dan meningkatkan kesehatan masyarakat melalui pendidikan kesehatan.

Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) memberikan agenda yang berani dan ambisius untuk masa depan. WHO berkomitmen untuk membantu dunia memenuhi SDGs dengan memperjuangkan kesehatan di semua tujuan. Misi inti WHO adalah untuk mempromosikan kesehatan, di samping menjaga dunia tetap aman dan melayani yang rentan. Selain memerangi penyakit, kami akan bekerja untuk memastikan kehidupan yang sehat dan meningkatkan kesejahteraan bagi semua orang di segala usia, tanpa meninggalkan siapa pun (WHO, 2022).

Pengertian Promosi Kesehatan

Pendidikan kesehatan sebagai bagian atau cabang ilmu dari kesehatan mempunyai dua sisi yakni sisi ilmu dan seni

Dari sisi seni yakni praktisi atau aplikasi pendidikan kesehatan adalah merupakan penunjang dari program – program kesehatan lain. Artinya setiap program kesehatan misalnya, pemberantasan penyakit, sanitasi lingkungan, kesehatan ibu dan anak, program pelayanan kesehatan, perlu dibantu oleh pendidikan kesehatan. Hal ini essensial karena masing – masing program tersebut mempunyai aspek perilaku masyarakat yang perlu dikondisikan dengan pendidikan kesehatan.

Seiring berjalannya waktu WHO (World Health Organization) mengganti istilah Pendidikan Kesehatan menjadi Promosi Kesehatan. Dimana promosi kesehatan memiliki makna yang lebih luas dan kompleks, tidak hanya untuk perubahan perilaku tetapi tetapi juga perubahan lingkungan yang memfasilitasi perubahan perilaku tersebut. Program-program kesehatan, terutama yang terkait dengan promosi hidup bersih dan sehat perlu selalu disosialisasikan secara terus menerus, hal ini dikarena perubahan tingkah laku kadang-kadang hanya dapat terjadi dalam kurun waktu yang relative lama. Dari

pengalaman bertahun-tahun pelaksanaan promosi atau penyuluhan kesehatan masyarakat mengalami berbagai hambatan dalam rangka mencapai tujuannya, yaitu mewujudkan perilaku hidup sehat bagi masyarakat.

Dari berbagai aspek terkait dalam Promosi Kesehatan yang perlu mendapatkan perhatian secara seksama adalah tentang media atau alat peraga yang digunakan dalam promosi kesehatan. Dengan media atau alat peraga yang benar dan 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 PHBS lebih mudah terwujud . Panduan ini merupakan sebuah buku pegangan bagi fasilitator kesehatan dan kader kesehatan atau petugas promosi kesehatan lainnya tentang media promosi kesehatan khususnya media grafis, serta bagaimana cara membuat media grafis tersebut, sehingga mereka mampu membuat media sesuai dengan kearifan local.

Media Promosi Kesehatan

Pengertian

Media sebagai alat bantu untuk menyampaikan pesan yang akan disampaikan dalam pendidikan kesehatan harus dipertimbangkan dengan baik dan benar. 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. Kata media berasal dari bahasa latin yang merupakan bentuk jamak dari kata *medium*. Secara harfiah, media berarti perantara, yaitu perantara antara sumber pesan (*a source*) dengan penerima pesan (*a receiver*). Beberapa hal yang termasuk ke dalam media adalah film, televisi, diagram, media cetak (*printe materials*), komputer, instruktur, dan lain sebagainya.

Pemilihan media sebagai alat bantu pendidikan kesehatan akan ikut berdampak terhadap keberhasilan pendidikan kesehatan. Beberapa penyebab orang memilih media antara lain adalah :

- a. Bermaksud mendemonstrasikannya
- b. Merasa sudah akrab dengan media tersebut
- c. Ingin memberi gambaran atau penjelasan yang lebih konkret
- d. Merasa bahwa media dapat berbuat lebih dari yang biasa dilakukan

Media merupakan sarana untuk menyampaikan pesan kepada sasaran sehingga mudah dimengerti oleh sasaran/pihak yang dituju. Media promosi kesehatan adalah semua sarana atau upaya untuk menampilkan pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator, baik itu melalui media cetak, elektronik dan media luar ruang, sehingga sasaran dapat meningkatkan pengetahuannya yang akhirnya diharapkan dapat berubah perilakunya ke arah positif terhadap kesehatannya. Media menjadi alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Media pendidikan adalah alat dan bahan yang digunakan dalam proses pengajaran atau pembelajaran. Media pembelajaran adalah media yang digunakan dalam pembelajaran, yaitu meliputi alat bantu guru dalam mengajar serta sarana pembawa pesan dari sumber belajar ke penerimaan pesan belajar (audiens).

Media biasanya berupa alat peraga digunakan secara kombinasi, misalnya menggunakan papan tulis dengan photo dan sebagainya. Tetapi dalam menggunakan alat peraga, baik secara kombinasi maupun tunggal, ada dua hal yang harus diperhatikan, yaitu alat peraga harus mudah dimengerti oleh masyarakat sasaran serta Ide atau gagasan yang terkandung di dalamnya harus dapat diterima oleh sasaran.

Semakin banyak pancaindra yang digunakan, semakin banyak dan semakin jelas pula pengertian atau pengetahuan yang diperoleh. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan alat peraga dimaksudkan mengerahkan indera sebanyak mungkin pada suatu objek sehingga memudahkan pemahaman. Menurut

penelitian para ahli, pancaindra yang paling banyak menyalurkan pengetahuan ke otak adalah mata (kurang lebih 75% sampai 87%), sedangkan 13% sampai 25% pengetahuan manusia diperoleh atau disalurkan melalui indera lainnya.

Alat peraga atau media mempunyai intensitas yang berbeda dalam membantu permasalahan seseorang. Dale menggambarkan intensitas setiap alat peraga dalam suatu kerucut. Berturut-turut intensitas alat peraga mulai dari yang paling rendah sampai paling tinggi adalah kata-kata, tulisan, rekaman/radio, film, televisi, pameran, *field trip*, demonstrasi, sandiwara, benda tiruan, benda asli.

Media lokal dan internasional memainkan peran penting sebagai penghubung antara petugas kesehatan dan masyarakat luas. Otoritas kesehatan mendidik dan mempercayakan media dengan informasi kesehatan penting, yang kemudian disampaikan kepada publik dalam format yang mudah diakses melalui berbagai saluran media.

- Alat peraga yang digunakan secara baik memberikan keuntungan-keuntungan :
- Dapat menghindari salah pengertian/pemahaman atau salah tafsir.
- Dengan contoh yang telah disebutkan pada bagian atas dapat dilihat bahwa salah tafsir atau salah pengertian tentang bentuk plengsengan dapat dihindari.
- 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.

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 3.1.

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 tau pesan pokok yang merefleksikan strategi desain suatu pesan. Bila terlalu banyak ide, hal tersebut akan membingungkan khayalajak 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 dibarengai 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 member alasan teknis semata, tetapi juga harus menyentuh nilai-nilai emosi dan membangkitkan kebutuhan nyata.

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

Jenis Media Promosi Kesehatan

Berdasarkan fungsinya sebagai penyalur pesan – pesan kesehatan, media ini dibagi menjadi tiga, yakni media cetak, media elektronik dan media papan.

1. Media Cetak

Media ini mengutamakan pesan-pesan visual, biasanya terdiri dari gambaran sejumlah kata, gambar atau foto dalam tata warna. Media cetak memiliki beberapa kelebihan yaitu tahan lama, mencakup banyak orang, biaya tidak tinggi, tidak perlu listrik, dapat dibawa kemana-mana dan mempermudah pemahaman. Media cetak juga memiliki beberapa kelemahan yaitu tidak dapat menstimulir efek suara dan efek gerak serta mudah terlipat, media cetak tidak efektif pada audiens yang memiliki permasalahan dengan indera penglihatan, media cetak akan sulit diterima oleh audiens yang memiliki kelemahan dalam membaca.

Media cetak sebagai alat bantu menyampaikan pesan – pesan kesehatan sangat bervariasi antara lain sebagai berikut:

- a. **Booklet** Merupakan suatu media untuk menyampaikan pesan – pesan kesehatan dalam bentuk buku, baik berupa tulisan maupun gambar. Booklet digunakan sebagai media untuk promosi kesehatan sehingga tenaga kesehatan tidak perlu repot lagi melakukan penjelasan secara berturut atau berulang-ulang tentang kesehatan dikarenakan pesan kesehatan tersebut sudah ada pada booklet. Bila ada masyarakat yang menanyakan tentang kesehatan, maka tenaga kesehatan bisa memberikan booklet sehingga masyarakat bisa membaca pesan kesehatan yang ada didalam booklet

- b. *Leaflet*, merupakan bentuk penyampaian informasi atau pesan – pesan kesehatan melalui lembaran yang dilipat. Isi informasi dapat dalam bentuk kalimat maupun gambar atau kombinasi. Pada umumnya penyampaian pendidikan kesehatan yang menggunakan metode ceramah akan dibarengi dengan pemberian leaflet, dimana leaflet tersebut berisi pesan-pesan yang diberikan saat pendidikan kesehatan menggunakan ceramah. *Leaflet* digunakan untuk memberikan keterangan singkat tentang suatu masalah, misalnya deskripsi pengolahan air di tingkat rumah tangga, deskripsi tentang HIV-AIDS dan penecegahannya, dan lain-lain. Ukuran leaflet biasanya 20 x 30 cm yang berisi tulisan 200-400 kata dan disajikan secara berlipat. Isi yang ada didalam leaflet harus dapat dibaca sekali pandang. *Leaflet* dapat diberikan atau disebarakan pada saat pertemuan-pertemuan dilakukan seperti pertemuan FGD, pertemuan Posyandu, kunjungan rumah, dan lain-lain.
- c. Poster ialah bentuk media cetak yang berisi pesan atau informasi kesehatan, yang biasanya ditempel di tembok – tembok, ditempat – tempat umum atau dikendaraan umum. Poster adalah lembaran kertas yang besar, sering berukuran 60 cm lebar dan 90 cm tinggi dengan kata-kata dan gambar atau simbol untuk penyampaian suatu pesan. Poster biasa dipakai secara luas oleh perusahaan dagang untuk mengiklankan produknya serta memperkuat pesan yang telah disampaikan melalui media massa lain. Secara umum poster yang baik hendaklah sederhana, dapat menyajikan satu ide untuk mencapai satu tujuan pokok, berwarna dan tulisannya jelas. Selain itu, slogan pada poster harus ringkas dan jitu, motif yang digunakan juga bervariasi. Poster dapat dipakai secara efektif untuk tiga tujuan, yaitu untuk memberi informasi dan nasihat, memberikan arah dan petunjuk, serta mengumumkan peristiwa dan program yang penting.
- d. *Flyer* (selebaran), bentuknya seperti leaflet, tetapi tidak berlipat. Pada umumnya flyer digunakan dalam suatu acara untuk menyampaikan pesan kepada pengunjung agar pengunjung tidak bertanya banyak hal kepada si pembuat acara.
- e. *Flip chart* (lembar balik), media penyampaian pesan atau informasi kesehatan dalam bentuk lembar balik. Biasanya dalam bentuk buku dimana setiap lembar (halaman) berisi gambar peragaan dan lembaran baliknya berisi kalimat sebagai pesan atau informasi yang berkaitan dengan gambar tersebut.
- f. Rubrik atau tulisan – tulisan pada surat kabar atau majalah yang membahas suatu masalah kesehatan atau hal – hal yang berkaitan dengan kesehatan.
- g. Foto yang mengungkapkan informasi kesehatan. Foto akan menyampaikan pesan-pesan yang tergambar dalam visualisasi gambar. Tidak semua orang bisa memahami pesan-pesan yang terkandung didalam foto tersebut bahkan bisa saja pesan yang disampaikan didalam foto dipahami berbeda oleh audiens sehingga menimbulkan persepsi yang berbeda antara audiens dan penyampai pesan dalam foto

2. Media Elektronik

Media ini merupakan media yang bergerak dan dinamis, dapat dilihat dan didengar dan penyampaiannya melalui alat bantu elektronika. Media elektronik ini memiliki kelebihan antara lain lebih mudah dipahami, lebih

menarik, sudah dikenal masyarakat, bertatap muka, mengikut sertakan seluruh panca indera, penyajiannya dapat dikendalikan dan diulang-ulang serta jangkauannya lebih besar. Kelemahan dari media ini adalah biayanya lebih tinggi, sedikit rumit, perlu listrik dan alat canggih untuk produksinya, perlu persiapan matang, peralatan selalu berkembang dan berubah, perlu keterampilan penyimpanan dan keterampilan untuk mengoperasikannya.

Media elektronik sebagai sasaran untuk menyampaikan pesan – pesan atau informasi kesehatan berbeda – beda jenisnya. Antara lain:

- b. **Televisi**, penyampaian pesan atau informasi kesehatan melalui media televisi dapat dalam bentuk sandiwara, sinetron, forum diskusi atau tanya jawab sekitar masalah kesehatan, pidato (ceramah), TV Spot, kuis atau cerdas cermat dan sebagainya. Media televisi menjadi alat bantu yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat karena televisi akan menampilkan gambar bergerak beserta suara sehingga akan mempermudah audiens dalam menerima pesan yang disampaikan. Kelebihan televisi antara lain yaitu sifatnya langsung dan nyata, merupakan medium yang menarik, dapat perhatian penonton. Sedangkan kelemahan televisi antara lain: harga televisi relatif mahal, sifat komunikasinya hanya satu arah, jadwal siaran dan jadwal pelajaran sekolah sulit disesuaikan, program diluar kontrol orangtua dan guru, dan besarnya gambar relatif kecil.
- c. **Radio** merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada orang banyak yang mengandalkan audio atau suara. Penyampaian menggunakan radio sangat efektif untuk informasi yang sifatnya himbauan dan pemberitahuan karena audiens tidak akan bisa melakukan umpanbalik terhadap pesan yang diterimanya. Beberapa radio saat ini sudah memiliki satu acara tersendiri terkait pembahasan tentang kesehatan sehingga media radio menjadi salah satu media yang sudah mulai dilirik oleh penggiat kesehatan untuk menyampaikan pesan kesehatan. 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. Kelebihan media radio antara lain harga relatif murah, mudah dipindahkan, program dapat direkam dan diputar lagi sesuka kita, mengembangkan daya imajinasi, merangsang partisipasi aktif pendengar. Sedangkan kelemahan radio antara lain komunikasi satu arah, penjadwalan pelajaran dan siaran sering menimbulkan masalah.
- d. **Video** Penyampaian informasi atau pesan – pesan kesehatan dapat melalui video. Pembuatan video memiliki tujuan yaitu cerita video yang bertujuan untuk memaparkan cerita, Dokumenter video yang bertujuan merekam sebuah kejadian atau peristiwa dalam kehidupan, presentasi video yang bertujuan untuk mengomunikasikan ide atau gagasan. Video Analog merupakan produk dari industri pertelevisian dan oleh sebab itu dijadikan sebagai standar televisi. Video Digital adalah produk dari industri computer dan oleh sebab itu dijadikan standar data digital.
- e. **Slide** adalah lembar tulisan pada microsoft yang digunakan untuk mempresentasikan sebuah informasi. Slide bisa digunakan dalam MS Power Point digunakan sebagai lembar persentase atau lembar kerjanya

Slide ditampilkan menggunakan media elektronik komputer dan dibantu dengan proyektor agar dapat memperbesar tampilan.

3. Media Luar Ruang

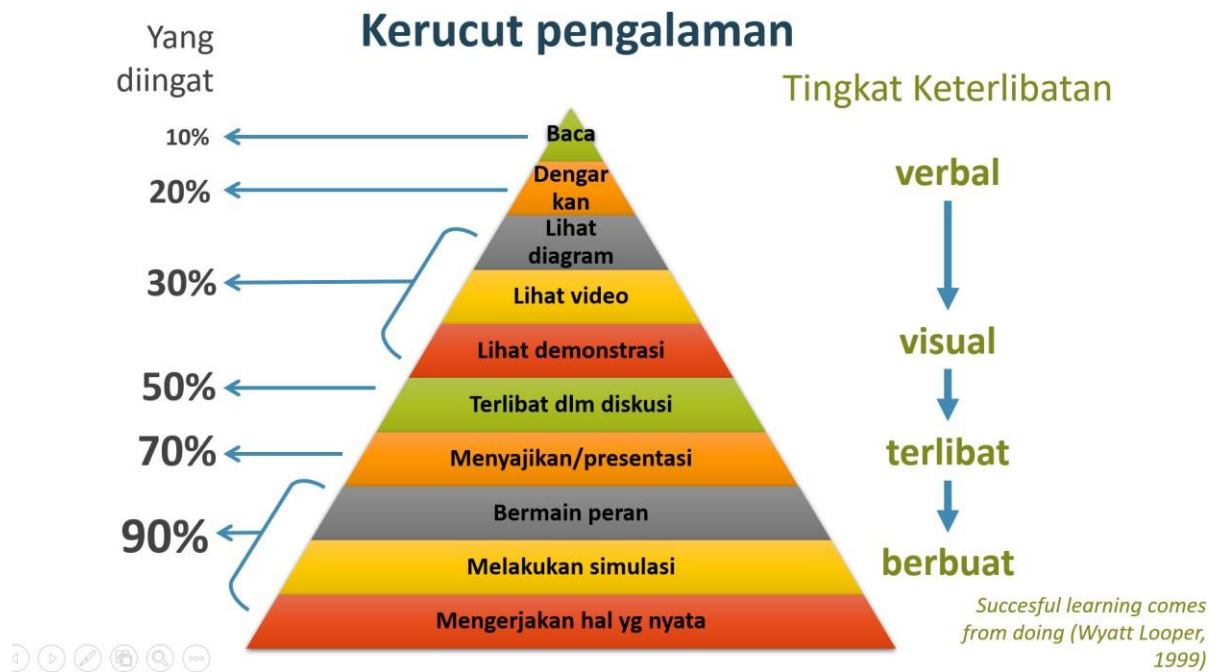
Media luar ruang merupakan media yang menyampaikan pesannya di luar ruang. Media luar ruang bisa melalui media cetak maupun elektronik misalnya papan reklame, spanduk, pameran, banner dan televisi layar lebar, *umbul-umbul, yang berisi pesan, slogan atau logo*. Kelebihan dari media ini adalah lebih mudah dipahami, lebih menarik, sebagai informasi umum dan hiburan, bertatap muka, mengikut sertakan seluruh panca indera, penyajian dapat dikendalikan dan jangkauannya relatif besar. Kelemahan dari media ini adalah biaya lebih tinggi, sedikit rumit, perlu alat canggih untuk produksinya, persiapan matang, peralatan selalu berkembang dan berubah, memerlukan keterampilan penyimpanan dan keterampilan untuk mengoperasikannya.

Memilih Media Promosi Kesehatan

Pemilihan media promosi kesehatan harus memperhatikan kondisi kelompok sasaran baik secara karakteristik demografis maupun sosial. Disamping itu dalam membuat media promosi kesehatan perlu memperhatikan tingkat penyerapan indra penerima informasi terhadap informasi yang disampaikan.

Kerucut pengalaman atau cone of experience diperkenalkan oleh Edgar Dale pertama kali pada tahun 1946, dalam bukunya yang berjudul *Audiovisual Methods in Teaching*, tentang metode audiovisual dalam pengajaran. Kemudian, ia merevisinya pada pencetakan kedua pada tahun 1954 dan revisi lagi pada tahun 1969. Kerucut pengalaman Edgar Dale menunjukkan pengalaman yang diperoleh dalam menggunakan media dari paling konkret (di bagian paling bawah) hingga paling abstrak (di bagian paling atas). Awalnya pada tahun 1946 Dale menyebutkan kategori pengalaman sebagai berikut : 1) pengalaman langsung, pengalaman yang disengaja, (2) pengalaman yang dibuat-buat, (3) partisipasi dramatis, (4) demonstrasi, (5) kunjungan lapangan, (6)pameran, (7) gambar bergerak, (8) rekaman radio, gambar diam (audio dengan visual gambar) (9) simbol visual, (10) simbol verbal. Edgar Dale dianggap ahli dalam penggunaan media dalam pendidikan dan pengajaran, serta dalam membangun apresiasi kritis terhadap seluruh aspek dari media bagi masyarakat secara luas. Kerucut pengalaman Dale banyak dijadikan sebagai acuan dan landasan teori penggunaan media dalam proses belajar. Pemikiran Edgar Dale dipandang memiliki kontribusi penting dalam penggunaan media di bidang pendidikan. Ketika mulai berkembang teknologi perfilman (tahun 1960-an), Edgar Dale menunjukkan bahwa film juga memiliki kekuatan untuk mendukung proses belajar seseorang.

Dale berkeyakinan bahwa simbol-simbol dan ide-ide yang bersifat abstrak hanya dapat dipahami dengan lebih mudah dan dipertahankan oleh audiens (pembelajar) manakala pengalaman-pengalaman ini dibangun atas dasar pengalaman kongkrit. Kemampuan manusia untuk memperoleh ilmu pengetahuan dengan menggunakan alat indera yang dimilikinya, Edgar Dale yang terkenal dengan kerucut pengalamannya mengemukakan bahwa pengalaman belajar seseorang 75% di peroleh melalui Indra pengelihatan (mata), 13% memalui Indra pendengaran (telinga) dan melalui indera lainnya sekitar 12%.



Gambar 1 Kerucut Pengalaman Edgar Dale

Teori kerucut pengalaman dari Edgar Dale bahwa 75% melalui indera pengelihatan maka akan sangat membantu dan memudahkan audiens dalam memahami materi yang kemukakan oleh guru. Melalui pelihan pembelajaran dengan video konference dapat dijadikan sebagai salah satu penguat untuk membantu audiens dalam memahami materi yang disampaikan. Pengalaman melalui simbol verbal merupakan pengalaman yang sifatnya paling abstrak, siswa memperoleh pengalaman hanya melalui bahasa tertulis. Audiens memiliki kemampuan mengingat sebesar 30% jika diberikan melalui pembelajaran yang berupa video/film (Dale, 1969). Berdasarkan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa teori media pembelajaran interaktif (audio-visual) dapat meningkatkan hasil belajar audiens karena dalam tampilan video, slide show yang ditayangkan dalam pembelajaran dalam pembelajaran dapat meningkatkan hasil belajar audiens .

Praktik Membuat Media Komunikasi Kesehatan

Praktik Membuat Media Cetak

Media cetak untuk promosi kesehatan yang paling banyak ditemukan adalah Poster dan Leaflet. Pembuatan media tersebut memiliki prinsip yang hampir sama.

1. Poster

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 lainlain. 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.

2. Leaflet

Leaflet adalah selembaran 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 lainlain. Leaflet dapat diberikan atau disebarakan pada saat pertemuan-pertemuan dilakukan seperti pertemuan FGD, pertemuan Posyandu, kunjungan rumah, dan lain-lain. Leaflet dapat dibuat sendiri dengan memperbanyak sederhana seperti di photo copy.

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam membuat cetak untuk peomosi kesehatan anatra lain :

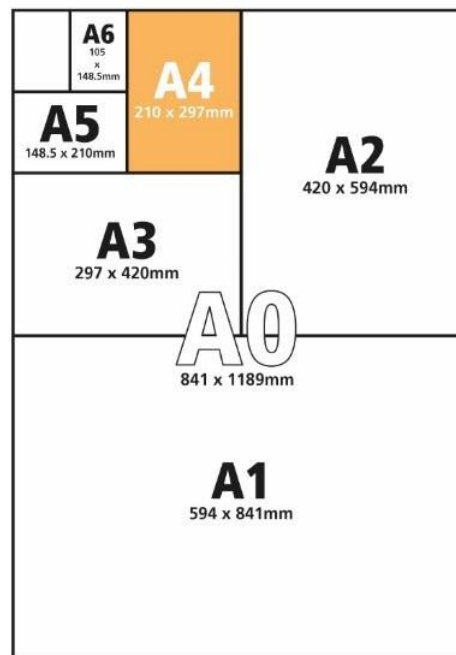
- a. Singkat dan lugas, hanya menuliskan pesan utama dan informasi yang mendukung pesan utama

- b. Tekankan pada hal-hal penting dengan mengubah besar huruf, style atau warnanya. Letakkan tepat di tengah atas display yang mempunyai dampak visual maksimum.
- c. Gunakan bahasa yang dimengerti sasaran
- d. Gunakan warna, yang menarik

Langkah membuat media cetak untuk promosi kesehatan

1. Tentukan ukuran media, gunakan ukuran kertas standar sesuai dengan jenis media cetak yang akan dibuat. Ukuran poster biasanya menggunakan ukuran type A. Seperti A0, A3 atau A4.

MENENTUKAN UKURAN MEDIA

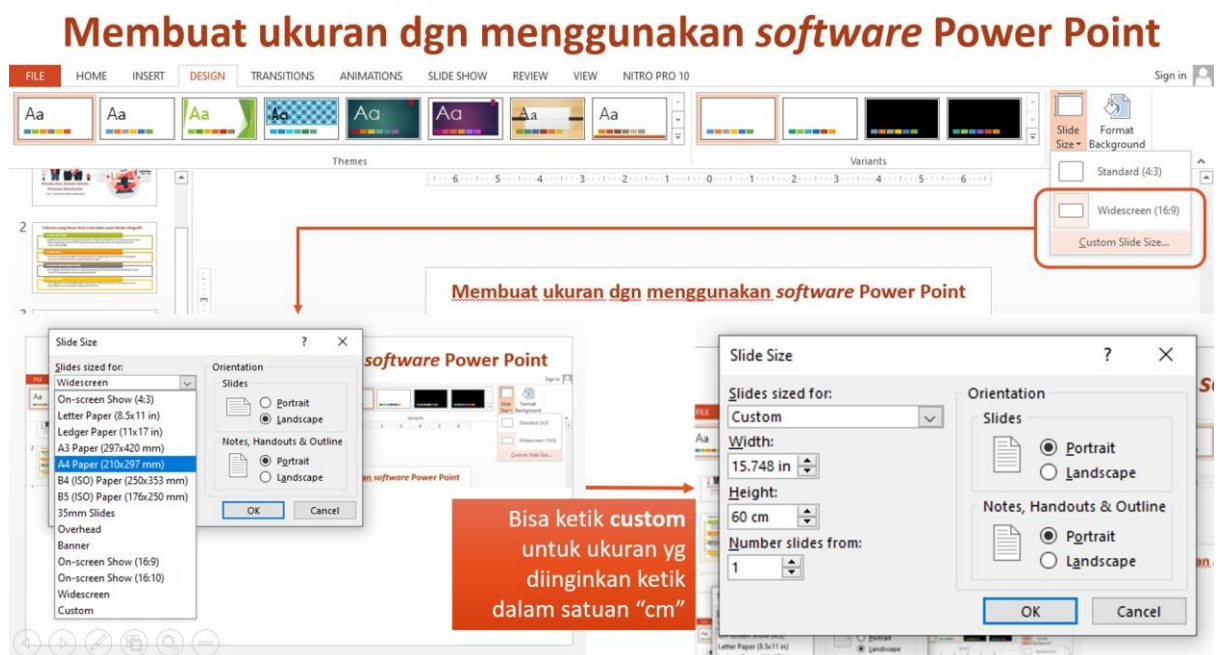


Penentuan ukuran desain media cetak bisa juga ditentukan dari kebutuhan antara jarak pandang pembaca dengan luas media, berikut adalah ukuran-ukuran yang biasa dipakai dalam desain:

- Ukuran Desain Majalah:
A4 (21 cm x 29,7 cm); B5 (17,6 cm x 25 cm); Letter (22 cm x 27,95 cm)
- Ukuran Desain Brosur:
A4 (21 cm x 29,7 cm); A5 (14,8 cm x 21 cm); F4 (21 cm x 33 cm); two-fold atau dua lipat (19 cm x 22 cm); tri-fold atau tiga lipatan (28,5 cm x 22 cm)
- Ukuran Desain Flyer
A5 (14,8 cm x 21 cm); custom (9,5 cm x 22 cm)
- Ukuran Desain Poster
A4 (21 cm x 29,7 cm); A3 (29,7 cm x 42 cm)
- Ukuran Desain Poster Ilmiah
A1 (59,4 cm x 84,1 cm); A0 (84,1 cm x 118,9 cm)

- Ukuran Desain Spanduk
Custom 1 (500 cm x 100 cm); custom 2 (600 cm x 100 cm); atau sesuai yang dibutuhkan (lebar dan tinggi minimal spanduk adalah 150 cm x 100 cm)

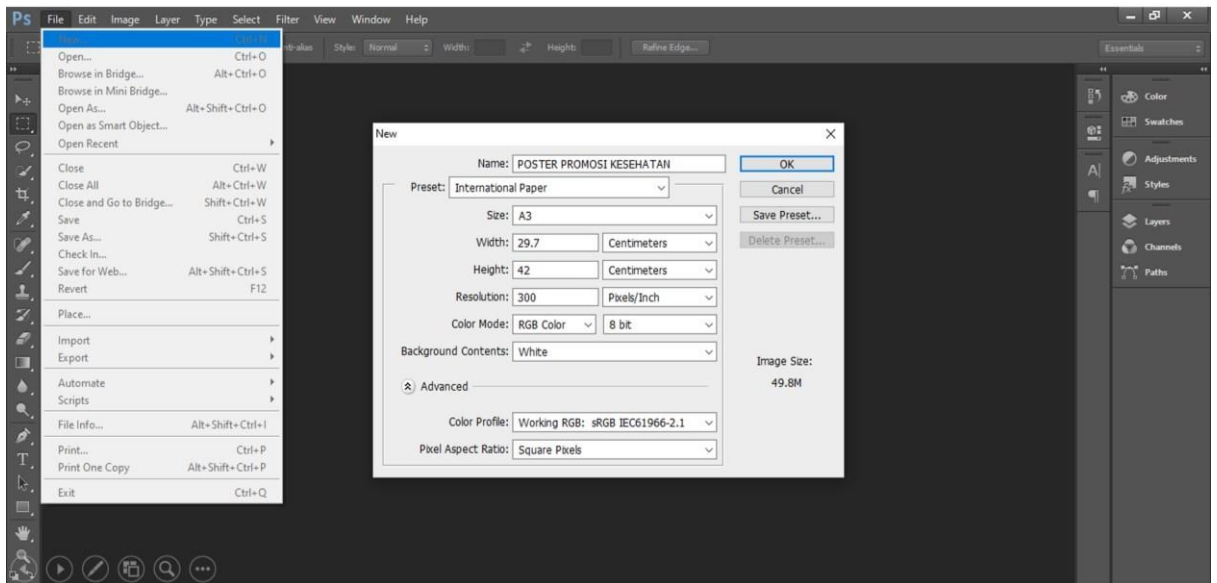
Cara membuat ukuran media cetak dengan menggunakan *software* microsoft power point:



Klik **DESIGN** kemudian klik **Slide Size** pilih **Custom Slide Size**. Tentukan ukuran desain yang kita inginkan dengan mengklik **Slides sized for**: jika ingin menentukan sendiri ukuran yang kita inginkan bisa kita buat sendiri dengan memilih "**custom**" lalu kita tentukan bentuknya dengan memilih **portrait** atau **landscape** pada kolom "orientation"

Cara membuat ukuran media cetak dengan menggunakan *software* photoshop:

Membuat ukuran dgn menggunakan *software* Photoshop

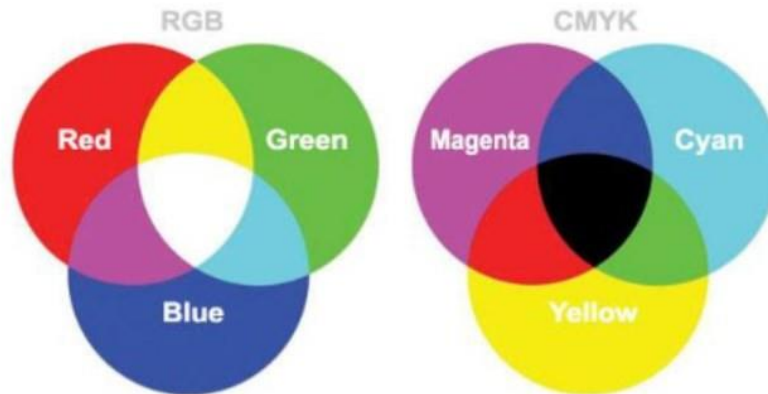


Buka software photoshop kemudian klik **file** pilih menu **new**, kemudian terbuka pengaturan-pengaturan tentang ukuran yang kita harus atur terlebih dahulu, yang pertama pilih **Size** untuk ukuran media yang kita inginkan, periksa kembali “height dan width”, setelah itu periksa bagian **Resolution** terkait dengan fungsi resolution penggunaannya adalah untuk kejelasan garis gambar kita ketika di cetak, jika kita tidak menginginkan untuk ukuran cetak yang lebih besar sesuai dengan ukuran desain kita di awal kita bisa pilih ukuran **72 pixels/inch**, tetapi jika kita suatu saat ingin cetak yang lebih besar ukurannya kita bisa tulis ukuran resolusinya di **100-300 pixel/inch**, semakin besar ukuran pixel yang kita inginkan maka **image size** akan semakin besar juga ukurannya. Kemudian terdapat **color mode** ada pilihan RGB dan CMYK, RGB adalah mode warna yang biasa dipakai dalam digital dan lebih cerah akan tetapi warna berubah menjadi lebih pucat Ketika akan dicetak, sedangkan mode warna CMYK menunjukkan warna asli Ketika ingin dicetak hanya jika dipakai dalam mendesain dan desain tersebut di sebarakan dalam bentuk digital, yang terlihat warnanya akan menjadi lebih pucat. Sebaiknya pilih sesuai dengan kegunaan kita, penulis lebih menggunakan mode warna RGB dalam mendesain, Ketika ingin dicetak kita bisa melihat koreksi warnanya dengan memilih mode warna CMYK.

Ada dua mode warna yang paling mendasar:

Mode Warna	Kepanjangan dari	Kegunaan
RGB	<i>Red – Green - Blue</i>	Media Digital (cahaya pada monitor)
		Media Printing (<i>digital, indigo, plotter</i>)
CMYK	<i>Cyan - Magenta – Yellow - Keycolour (Black)</i>	Media offset (tinta pada kertas)

Tabel 3. Klasifikasi Pemilihan Mode Warna. (Sumber: Penulis)



Gambar 9. *Additive Colour* (Kiri) dan *Subtractive Colour* (Kanan).
(Sumber: Penulis)

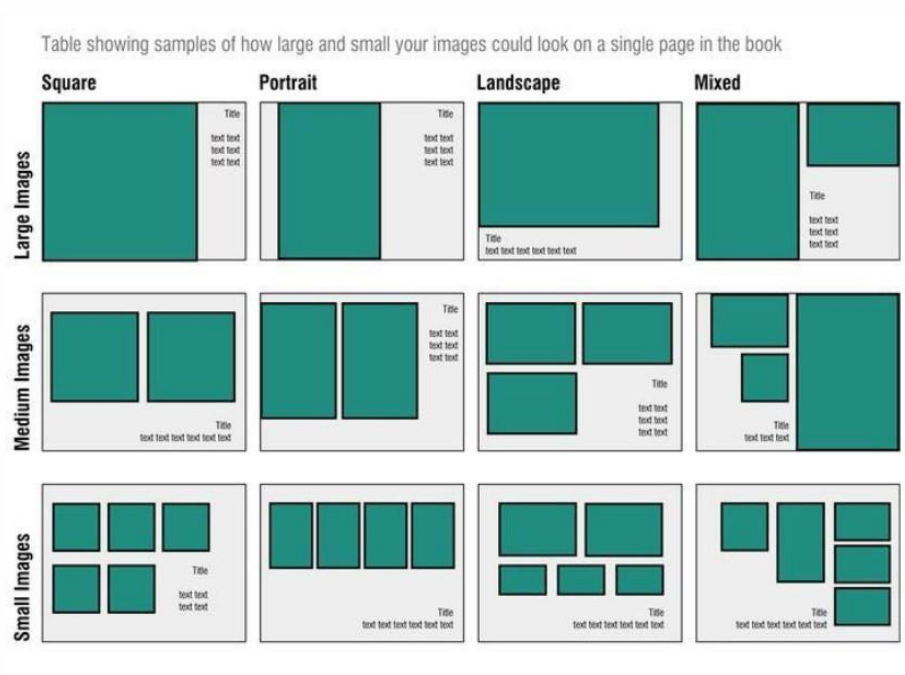
Setelah itu abaikan menu lainnya, dan kita bisa memulai untuk mendesain.

2. Tentukan tata letak

Tata letak akan mempengaruhi komposisi dan tampilan media promosi kesehatan cetak.

Beberapa tata letak berikut bisa menjadi alternatif pilihan.

Tata Letak Headline Dipadukan Dengan Gambar



3. Ikuti prinsip – prinsip dalam desain

PRINSIP-PRINSIP DESAIN

rhythm

balance

unity

THE PRINCIPLES OF DESIGN

proportion

contrast

dominance

GRAPHIC DESIGN

Graphic design is a creative process that combines art and technology to communicate ideas.

PRINCIPLES

 BALANCE Balance in design is similar to balance in physics. Balance is the sense of equilibrium.	 PERSPECTIVE Perspective is created through the arrangement of objects in two-dimensional space to look like they appear in real life. Perspective is the relationship between different objects seen in space.	 HARMONY Harmony in visual design means all parts of the visual image relate to and complement each other.	 UNITY Unity is the relationship among the elements a visual that helps all the elements function together. In other words, elements work together to create meaning.
 MOVEMENT Motion or movement in a visual image occurs when objects seem to be moving in a visual image.	 PATTERN Pattern is created by the repetition of similar elements. Repetition with variation is interesting, without variation repetition can become monotonous.	 CONTRAST Contrast is the juxtaposition of opposing elements. E.g. opposite colors, light/dark, horizontal/vertical.	 VARIETY Variety provides contrast to harmony & unity. Variety consists the differences in objects that add interest to a visual image.

4. Perhatikan Penggunaan Warna

Warna dapat menciptakan kesinambungan, misalnya pengulangan warna latar dapat mengikat sebuah seri poster. Warna dapat dipakai untuk mengidentifikasi bagian diagram atau menonjolkan informasi penting. Pilihlah warna dengan seksama karena warna mempengaruhi respons emosional, misalnya biru terkesan dingin, hijau lembut, dan karena warna dapat dikaitkan dengan beberapa maksud, gambaran dan tempat tertentu, misalnya merah berarti marah/ keberanian, ungu untuk kematian, putih untuk kebersihan klinik, warna kuning berarti cemburu. Warna berperan dalam hal kepribadian, faktor psikologis dan lain-lain.

5. **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 unsure 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. **Himbauan 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. **Himbauan Motivasional** Pesan ini dengan menggunakan bahasa imbauan motiv yang menyentuh kondisi internal diri si penerima pesan. Manusia dapat digerakan lewat dorongan kebutuhan biologis seperti lapar, haus, keselamatan, tetapi juga lewat dorongan psikologis seperti kasih sayang, keagamaan, prestasi, dll

6. **Format-format Gambar dalam desain**

Sebelum memasuki format-format gambar yang kita masukan ke dalam desain, terdapat berbagai macam software penunjang desain



1. Software Desain Grafis berbasis vektor, antara lain:	2. Software Desain Grafis berbasis bitmap, antara lain:	3. Software Desain Grafis berbasis tata letak (layout)/Desktop Publishing, antara lain:
<ul style="list-style-type: none"> • Adobe Illustrator; • Corel Draw; • SVG-Edit (open source); • Inkscape (open source); • Macromedia Freehand MX (discontinued); 	<ul style="list-style-type: none"> • Adobe Photoshop; • Corel Photopaint; • Gimp (open source); 	<ul style="list-style-type: none"> • Adobe InDesign; • Corel Ventura; • Pagemaker; • Apple Pages; • Quark Xpress; • Scribus (open source).

Menentukan format gambar:

Image file formats

Raster images
Pixel-based graphics
Resolution dependent
Photos & web graphics

- JPG**: Web & print photos and quick previews
- GIF**: Animation & transparency in limited colors
- PNG**: Transparency with millions of colors
- TIFF**: High quality print graphics and scans
- RAW**: Unprocessed data from digital cameras
- PSD**: Layered Adobe Photoshop design files

Vector images
Curve-based graphics
Resolution independent
Logos, icons, & type

- PDF**: Print files and web-based documents
- EPS**: Individual vector design elements
- AI**: Original Adobe Illustrator design files
- SVG**: Vector files for web publishing

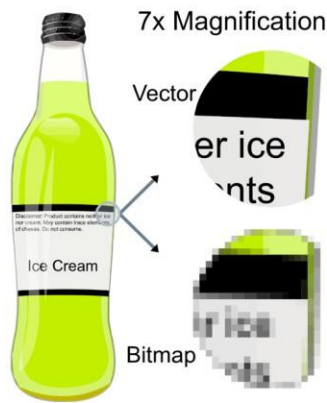
Image color formats

- CMYK**: CMYK is a 4-color printing process that stands for cyan, magenta, yellow and key (black).
- RGB**: RGB is a light-based color model that stands for red, green and blue.

Terdapat perbedaan antara *raster images* dan *vector images*. *raster images* adalah pengelompokan format gambar berdasarkan ukuran pixel atau *pixel resolution* dan bersifat *fixed* jika kita tarik untuk perbesar gambar tersebut lebih daripada ukurannya maka gambar akan terlihat pecah, garis gambar tersebut tidak tajam, contoh *raster images* adalah format JPG, GIF, PNG, TIFF, RAW, dan PSD. Format gambar ini biasa dipakai oleh foto, gambar untuk media sosial dan *website*. Pengelompokan format gambar selanjutnya adalah *vector images*, *vector images* tidak bergantung pada ukuran *pixel* atau *pixel resolution*. Lekuk garis disetiap gambar

vector lebih fleksibel untuk diperbesar maupun diperkecil, contoh format gambar vector adalah PDF, EPS, AI, dan SVG. Penggunaannya bisa kita aplikasikan dalam pembuatan logo, ikon, ataupun membuat media desain cetak dengan ukuran yang besar seperti spanduk.

4 Perbedaan Gambar Bitmap dengan Vektor



kelebihan
kekurangan

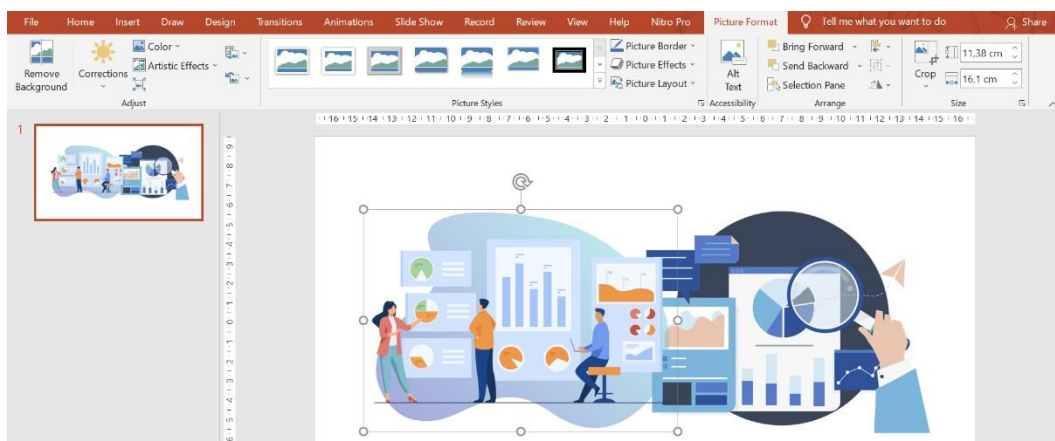


Bitmap	Vektor
Tidak pecah bila diperbesar	Kualitas fotografi (multi gradasi)
Tidak mampu menampilkan fotografi multi gradasi	Kualitas image bergantung pada PPI (resolusi), jika resolusi tidak tercapai gambar pecah



Contoh pembuatan media menggunakan PPT:

Pertama kali dalam mendesain adalah menentukan tema, setelah itu kita mulai mencari gambar-gambar yang diperlukan dari internet. Kita bisa mengunjungi situs <https://www.freepngs.com/> untuk mendapatkan gambar-gambar *free* untuk diunduh berupa format PNG, kelebihan format PNG adalah tidak terdapatnya *background* gambar sehingga bisa kita tempel dengan gambar lainnya tanpa dibatasi oleh kotak gambar.



Dapat dilihat pada gambar, dua gambar berbentuk PNG dapat disambung antara satu dan lainnya. Gambar-gambar tersebut bisa kita susun satu persatu hingga menjadi sebuah desain.



Dari seluruh gambar PNG yang kita satukan dan diberi tulisan serta bentuk kotak-kotak pada masing-masing keterangan gambar bisa menjadi Langkah dasar kita dalam membuat suatu desain.

Praktik Membuat Media Elektronik Audio-Visual Menggunakan Aplikasi Power Point

Penggunaan media pembelajaran interaktif terutama audio visual akan sangat membantu proses pembelajaran di sekolah. Untuk itu, pada pembahasan kali ini Bernas akan memaparkan bagaimana tips dan trik pembuatan media pembelajaran audio visual yang mudah dan murah.

1. Konsep

Hal pertama yang harus dipersiapkan adalah memikirkan tentang konsep media pembelajaran yang ingin dibuat. Konsep tersebut berupa bentuk video yang akan ditampilkan apakah video saja atau dengan narasi. Selain itu, bentuk video apakah berupa *slide* atau gambar bergerak, biasanya dengan menampilkan materi di dalamnya.

Pemilihan konsep media tersebut juga perlu mempertimbangkan waktu pembuatan dan tingkat kemahiran penggunaan alat pembuat video seperti kamera dan alat *editing*. Untuk itu perlu mempertimbangkan konsep tersebut secara matang.

2. Materi

Hal selanjutnya yang harus dipersiapkan adalah pembuatan materi pembelajaran yang ingin disampaikan. Materi pembelajaran ini haruslah disesuaikan dengan kompetensi inti (KI) dan kompetensi dasar (KD) serta tujuan dari pelaksanaan pembelajaran. Seperti kita ketahui proses pembelajaran mengacu pada silabus dan RPP yang telah dibuat oleh pendidik mengikuti instruksi dari Kemendikbud. Hal yang perlu diperhatikan adalah pemilihan bahan belajar yang harus disesuaikan dengan tingkat pemahaman peserta didiknya karena setiap peserta didik memiliki kemampuan dan pemahaman yang berbeda. Untuk itu, pemilihan bahan pembelajaran harus berada ditingkat sedang tidak terlalu sulit dan

tidak terlalu mudah. Hal tersebut dimaksudkan agar peserta didik tidak terlalu kesulitan dalam memahami bahan pembelajaran. Selain itu, pendidik memerlukan skrip narasi untuk menjelaskan materi dengan lebih sistematis.

3. Proses Pembuatan

Proses pembuatan media pembelajaran interaktif audio visual dengan menggunakan PPT dan narasi dibagi menjadi beberapa sub tahapan yaitu:

1. Mengolah materi yang ingin disampaikan ke dalam power point. Pada tahap ini pendidik akan membuat sebuah power point dengan memperhatikan animasi, materi, dan kesesuaian durasi narasi dengan materi yang telah dipersiapkan sebelumnya.
2. Membuat video layar pada aplikasi power point. Video layar dapat dibuat langsung dengan menggunakan aplikasi power point. Langkah-langkah pembuatan sebagai berikut. Pertama, klik insert > klik screen recording > menyesuaikan ukuran layar video yang ingin dibuat > klik record. Selanjutnya anda dipersilahkan untuk berbicara sesuai dengan narasi yang telah dipersiapkan dengan menggunakan bahasa yang komunikatif (disarankan untuk menggunakan headset atau clip on). Kemudian, untuk menyimpan video tersebut silahkan klik kanan pada video yang telah direkam tadi > klik save media as > pilih folder untuk menyimpan file tersebut.

4. Proses Pengeditan

Proses pengeditan video dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi editing seperti Filmora, Adobe Premiere, KineMaster, dan lain-lain. Namun, anda lebih disarankan menggunakan aplikasi editing video untuk pemula seperti KineMaster dan Filmora.

Anda juga diperkanankan untuk memberikan backsound tertentu sehingga materi yang anda paparkan menjadi lebih menyenangkan untuk didengar. Namun, disarankan untuk tidak mencampur backsound dengan narasi karena dapat menimbulkan suara yang timpang tindih. Alangkah lebih baiknya backsound ketika narasi sedang berjalan anda kecilkan.

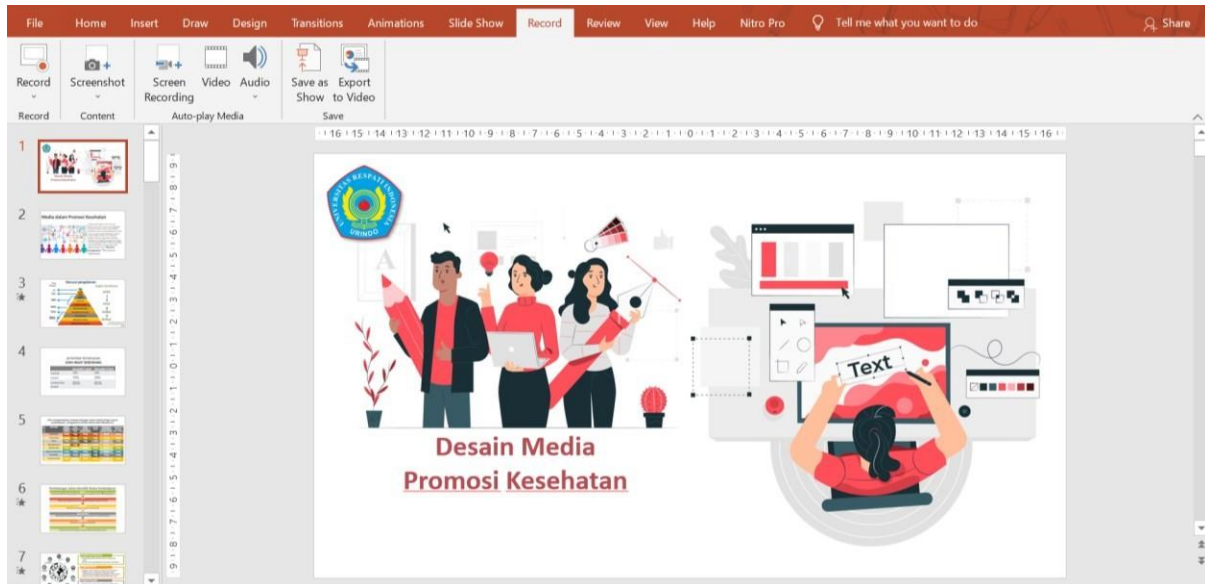
Ketika proses editing telah selesai, selanjutnya proses rendering. Sebelum tahap ini anda dipersilahkan untuk melihat ulang hasil editing anda, apabila ada kekeliruan anda masih dapat memperbaikinya sebelum hasil editing anda diproses menjadi video jadi. Pada tahap rendering, pastikan anda menentukan kualitas video sebaik mungkin karena kualitas video tersebut akan menentukan hasil akhir tampilan video yang telah anda buat.

5. Pemostingn

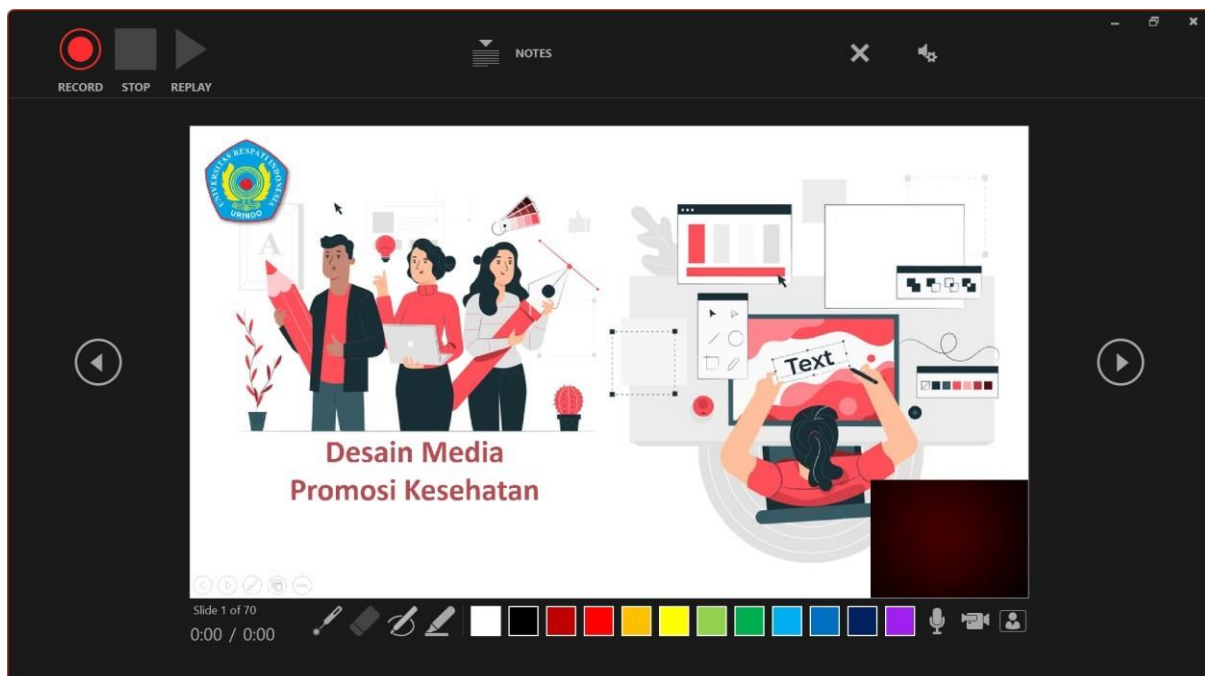
Pada tahap ini anda akan memposting hasil video pembelajaran yang telah dirender kepada peserta didik. Video pembelajaran tersebut dapat disampaikan sebagai penunjang aktivitas belajar yang mampu diakses di mana saja dan kapan saja sehingga siswa mampu mempelajari media yang telah anda buat

dengan lebih santai. Namun, perlu diingat bahwa peserta didik tetap harus mendapatkan pendampingan dari pendidik agar tujuan proses belajar mengajar dapat terlaksana dengan maksimal.

Pembuatan video dengan menggunakan *software* Microsoft Power Point



membuat video sederhana dengan *software* Microsoft Power Point dapat dilakukan dengan menyiapkan materi berupa PPT, kemudian kita bisa memilih menu **Record** dan memilih menu Record disebelah kiri atas untuk mulai merekam dan menambahkan suara pada PPT kita.



kemudian kita bisa mulai menjelaskan dengan merekam hasil video kita.

Penutup

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi semakin canggih. Oleh karena itu diperlukan pembelajaran dan perbaikan berkelanjutan menyesuaikan dengan kemajuan teknologi dan perkembangan zaman.

Modul praktikum ini hanya sebagai langkah awal dalam meemandu mengembangkan media promosi Kesehatan di Masyarakat, tidak menutup kemungkinan, perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan akan memperbaiki kualitas, metode maupun isi dari modul ini.

Semoga bermanfaat

Daftar Pustaka

- Dale, E. (1969). *Audio-Visual Methods in Teaching* (Vol. 3). New York, USA, USA: Holt, Rinehart & Winston,.
- Snelling, A. (2014). *Introduction to Health promotion*. San Francisco, USA: John Wiley & Sons, Inc.
- WHO. (2022). Health Promotion. Retrieved 8 March 2022, from https://www.who.int/health-topics/health-promotion#tab=tab_1
- Notoatmodjo, soekidjo. (2010). *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tones, K & Green, J, (2004), *Health Promotion: Planning and Strategies*, Sage Publications. Wass, A. (1995). *Promoting health: the primary health approach*. Toronto: W.B. Sanders