

BAB V

PENUTUP

Bab penutup ini menyajikan rangkuman komprehensif mengenai proses dan hasil pelaksanaan kampanye kehumasan "Remaja Banyumas Sehat Diabetes Minggat". Selain itu, bagian ini juga merumuskan rekomendasi strategis yang relevan untuk pengembangan inisiatif serupa di masa mendatang.

5.1 Evaluasi

Meskipun dihadapkan pada tantangan untuk memenuhi target jumlah peserta, evaluasi akhir menegaskan bahwa kampanye ini secara fundamental berhasil dalam misi utamanya yaitu memberikan dampak edukatif yang terukur. Bukti utama dari keberhasilan ini adalah peningkatan substansial pada pemahaman audiens, yang tercermin dari kenaikan skor rata-rata post-test menjadi 8.2 dari skor awal 6.4 pada pre-test. Untuk menyempurnakan model kampanye ini ke depan, evaluasi ini juga diperkaya dengan feedback berharga yang diperoleh langsung dari Dinas Kesehatan Banyumas dan partisipan seminar.

5.1.1 Masukan Eksternal

Perspektif dari pihak eksternal yang terlibat langsung atau menjadi audiens sasaran kampanye memberikan penilaian objektif terhadap implementasi dan dampak kegiatan. Masukan ini dihimpun dari Dinas Kesehatan Kabupaten Banyumas selaku kolaborator utama dan dari partisipan seminar sebagai audiens primer.

- 1. Dinas Kesehatan Kabupaten Banyumas:** Keterlibatan Dinas Kesehatan Kabupaten Banyumas sebagai kolaborator kunci merefleksikan dukungan dan apresiasi terhadap inisiatif kampanye ini. Partisipasi aktif dalam *event* luring, termasuk dukungan penyediaan instrumen skrining dan kontribusi narasumber ahli, secara implisit menunjukkan bahwa kampanye ini dinilai relevan dan selaras dengan program kesehatan yang dijalankan di tingkat daerah. Meskipun laporan ini tidak menyajikan data wawancara terstruktur dengan pihak Dinas Kesehatan, sinergi yang terjalin baik sejak fase

perencanaan hingga pelaksanaan merupakan indikator positif bahwa kampanye ini mendapatkan dukungan institusional yang kuat.

2. **Peserta:** Masukan dari partisipan seminar, yang merupakan audiens primer kampanye, dikumpulkan melalui pertanyaan evaluasi tambahan pada instrumen Post Test dan melalui *feedback* terbuka. Analisis kuantitatif terhadap 52 responden Post Test menunjukkan persepsi positif partisipan terhadap beberapa aspek kunci:
 - a. Pengalaman acara secara keseluruhan dinilai positif oleh mayoritas partisipan, dengan 67.2% memberikan skor 4 atau 5 pada skala 1-5.
 - b. Aspek organisasi acara juga mendapatkan penilaian yang cenderung positif, dengan 72.1% partisipan memberikan skor 4 atau 5.
 - c. Perolehan pengetahuan baru dari pemaparan narasumber (dr. Nadia Monita) dinilai sangat baik, dengan 78.7% partisipan merasa mendapatkan banyak hingga sangat banyak pengetahuan baru (skor 4 atau 5).
 - d. Tingkat kesediaan partisipan untuk kembali menghadiri acara serupa di masa mendatang sangat tinggi, mencapai 88.2%.
3. Secara kualitatif, *feedback* terbuka dari partisipan umumnya mengapresiasi acara yang dianggap menarik dan bermanfaat, serta pemaparan materi yang disampaikan dengan jelas. Namun, masukan kritis yang paling sering disampaikan berkaitan dengan manajemen waktu acara luring yang dirasa mengalami keterlambatan (*ngaret*). Masukan dari partisipan ini sangat bernilai sebagai bahan evaluasi operasional dan dasar untuk perbaikan penyelenggaraan kegiatan di masa mendatang.

5.1.2 Rekomendasi dari Analisis SWOT

Berdasarkan analisis SWOT yang telah diuraikan pada Bab IV, beberapa rekomendasi strategis dapat dirumuskan guna mengoptimalkan potensi kampanye di masa depan. Rekomendasi ini berfokus pada pemanfaatan

kekuatan internal, penanganan kelemahan internal, dan adaptasi terhadap peluang serta ancaman eksternal.

1. **Memanfaatkan Kekuatan untuk Peluang:** Kekuatan internal kampanye, seperti bukti empiris peningkatan pengetahuan audiens dan kolaborasi yang solid dengan Dinas Kesehatan, seyogyanya dimanfaatkan untuk membuka peluang dukungan berkelanjutan dan replikasi model kampanye. Data hasil Pre Test dan Post Test dapat berperan sebagai data advokasi yang kuat saat mengajukan proposal untuk inisiatif lanjutan.
2. **Mengatasi Kelemahan:** Kelemahan utama yang teridentifikasi, terutama terkait manajemen waktu *event* luring dan jangkauan partisipan yang belum maksimal, perlu diatasi melalui perencanaan logistik dan *rundown* yang lebih cermat di masa mendatang. Selain itu, strategi promosi harus lebih efektif dalam menarik partisipasi sesuai target undangan. Keterbatasan sumber daya (tim dan anggaran) perlu menjadi pertimbangan realistik dalam menentukan skala kegiatan selanjutnya.
3. **Menghadapi Ancaman:** Ancaman eksternal seperti persaingan informasi di ranah digital dan potensi kurangnya keberlanjutan program perlu direspon dengan strategi komunikasi digital yang lebih konsisten dan *engaging*, serta menjajaki kemungkinan kemitraan jangka panjang guna memastikan program dapat terus berjalan melampaui durasi tugas akhir. *Feedback* negatif, khususnya terkait isu manajemen waktu, harus ditindaklanjuti dengan perbaikan konkret pada penyelenggaraan *event* di masa depan.

5.2 Rekomendasi

Merujuk pada hasil evaluasi dan analisis yang telah dilakukan terhadap project kampanye kesehatan "Healthy Youth Banyumas" - "Remaja Banyumas Sehat Diabetes Minggu", terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diimplementasikan guna meningkatkan dampak dan efektivitas inisiatif serupa di masa yang akan datang:

1. **Optimalisasi Pemanfaatan Media Digital:** Pengembangan dan pemanfaatan media digital dalam kampanye kesehatan memiliki peran signifikan dalam memperluas jangkauan edukasi kesehatan masyarakat melalui penyebaran informasi yang efektif, interaktif, dan berbasis data.

Melalui integrasi platform digital, pesan kesehatan dapat dikemas secara menarik dan adaptif, memungkinkan peningkatan kesadaran, perubahan perilaku preventif, serta peningkatan akses terhadap pelayanan kesehatan, terutama bagi kelompok audiens yang tersebar luas.

2. **Peningkatan Partisipasi Komunitas:** Upaya peningkatan partisipasi dalam kampanye kesehatan dapat diintensifkan dengan melibatkan masyarakat secara lebih aktif dalam perancangan dan pelaksanaan kegiatan. Penyampaian pesan kesehatan harus dikemas dalam format yang mudah dipahami dan relevan dengan konteks lokal. Pemanfaatan media digital dan kanal komunikasi lokal dapat membantu menjangkau lebih banyak segmen audiens.
3. **Perluasan Jangkauan Media Lokal:** Guna memperluas diseminasi pesan kesehatan, jangkauan media lokal dapat dioptimalkan. Kolaborasi dengan berbagai media lokal, termasuk radio dan platform media sosial setempat, dapat memastikan pesan kesehatan lebih mudah diakses dan dipahami oleh masyarakat di berbagai wilayah di Kabupaten Banyumas.
4. **Penguatan Kemitraan Strategis:** Untuk meningkatkan dampak kampanye kesehatan, khususnya terkait pencegahan diabetes melitus, penting untuk melibatkan lebih banyak pihak dalam kemitraan strategis. Menggandeng institusi kesehatan (misalnya rumah sakit di wilayah Banyumas) dan entitas swasta (perusahaan yang mendukung gaya hidup sehat sebagai sponsor) dapat memperluas penyebaran pesan kesehatan dan memperkuat dukungan terhadap program.