

BAB V

PENUTUP

Bab penutup ini menyajikan rangkuman evaluasi terhadap keseluruhan proses dan hasil kampanye "Remaja Banyumas Sehat Diabetes Minggat", serta memberikan rekomendasi yang relevan untuk pengembangan di masa mendatang.

5.1 Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas dan dampak kampanye berdasarkan berbagai masukan dan analisis yang telah dilakukan. "Meskipun kampanye 'Remaja Banyumas Sehat, Diabetes Minggat' menghadapi kendala dalam pencapaian target kuantitatif peserta yang terdaftar, efektivitas kampanye berhasil diukur dari aspek kualitatif, khususnya dalam upaya transfer pengetahuan. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan signifikan pada nilai rata-rata pre-test (6,4) dan post-test (8,2), yang menunjukkan keberhasilan kampanye dalam meningkatkan pemahaman audiens terkait isu diabetes."

5.1.1 Masukan Eksternal

Masukan eksternal diperoleh dari pihak-pihak di luar tim pelaksana yang terlibat atau menjadi target kampanye, memberikan perspektif objektif mengenai pelaksanaan dan dampak kegiatan.

a. Dinas Kesehatan Kabupaten Banyumas:

Keterlibatan Dinas Kesehatan Kabupaten Banyumas sebagai kolaborator utama memberikan masukan penting melalui dukungan dan partisipasi langsung dalam event offline. Kehadiran perwakilan Dinas Kesehatan dan dukungan dalam penyediaan alat skrining serta narasumber secara implisit menunjukkan penerimaan dan apresiasi terhadap inisiatif kampanye ini yang sejalan dengan program kesehatan daerah. Meskipun tidak ada data wawancara terstruktur yang dikumpulkan dari pihak Dinas Kesehatan dalam laporan ini, sinergi yang terjalin selama perencanaan dan

pelaksanaan merupakan bentuk masukan positif bahwa kampanye ini relevan dan didukung oleh institusi terkait.

b. Peserta:

Masukan dari peserta seminar (audiens primer) dikumpulkan melalui pertanyaan evaluasi tambahan di Post Test dan feedback terbuka. Secara kuantitatif (berdasarkan 52 responden Post Test), mayoritas peserta memberikan penilaian positif terhadap:

- a. Keseluruhan pengalaman acara: 67.2% memberikan skor 4 atau 5 (skala 1-5).
- b. Aspek organisasi acara: 72.1% memberikan skor 4 atau 5.
- c. Perolehan pengetahuan baru dari narasumber: 78.7% merasa mendapatkan banyak hingga sangat banyak pengetahuan baru (skor 4 atau 5).
- d. Ketersediaan menghadiri acara lain: 88.2% menyatakan bersedia.

Secara kualitatif (dari feedback terbuka), peserta mengapresiasi acara yang dianggap seru dan bermanfaat, serta pemaparan materi yang jelas. Namun, masukan kritis paling menonjol adalah terkait manajemen waktu acara offline yang dirasa ngaret. Masukan dari peserta ini sangat berharga untuk evaluasi operasional dan perbaikan di masa mendatang.

5.1.2 Rekomendasi dari Analisis SWOT

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan di Bab III, beberapa rekomendasi strategis dapat dirumuskan untuk memaksimalkan kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan menghadapi ancaman:

1. Memanfaatkan Kekuatan untuk Peluang:

Kekuatan kampanye seperti bukti peningkatan pengetahuan dan kolaborasi kuat dengan Dinkes harus dimanfaatkan untuk membuka peluang dukungan berkelanjutan dan replikasi model kampanye. Hasil Pre/Post Test dapat menjadi data advokasi saat mengajukan proposal untuk program lanjutan.

2. Mengatasi Kelemahan:

Kelemahan utama terkait manajemen waktu event dan jangkauan peserta perlu diatasi dengan perencanaan logistik dan rundown yang lebih matang,

serta strategi promosi yang lebih efektif untuk menarik partisipasi sesuai target undangan di masa depan. Keterbatasan sumber daya tim dan anggaran harus dipertimbangkan dalam penentuan skala kegiatan selanjutnya.

3. Menghadapi Ancaman:

Ancaman persaingan informasi dan potensi kurangnya keberlanjutan program perlu dihadapi dengan strategi komunikasi digital yang lebih konsisten dan engaging (memanfaatkan platform online yang sudah ada), serta menjajaki kemungkinan kemitraan jangka panjang agar program tidak berhenti setelah tugas akhir. Feedback negatif (isu timing) harus direspons dengan perbaikan nyata di event selanjutnya.

5.2 Rekomendasi

Adapun dari hasil project kampanye kesehatan Healthy Youth Banyumas “Remaja Banyumas Sehat Diabetes Minggat” terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan dampak dan efektivitas karya di masa yang akan datang, sebagai berikut:

- a. Pengembangan penggunaan media digital dalam kampanye kesehatan berperan 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 rentan dan masyarakat di wilayah terpencil.
- b. Meningkatkan partisipasi dalam kampanye kesehatan dapat dilakukan dengan melibatkan masyarakat secara aktif, menyampaikan pesan yang mudah dipahami, dan memanfaatkan media digital untuk menjangkau lebih banyak orang. Dengan cara ini, kampanye kesehatan dapat lebih efektif dalam menyadarkan masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan dan menerapkan pola hidup sehat.
- c. Memperluas jangkauan media lokal dalam kampanye kesehatan dapat dilakukan dengan menyebarkan informasi melalui radio dan media

sosial setempat agar pesan kesehatan dapat lebih mudah diakses dan dipahami oleh masyarakat di berbagai wilayah.

- d. Untuk meningkatkan dampak kampanye kesehatan tentang pencegahan diabetes melitus, penting untuk melibatkan lebih banyak pihak, seperti rumah sakit di wilayah Banyumas dan perusahaan yang mendukung gaya hidup sehat sebagai sponsor, sehingga pesan kesehatan dapat lebih luas tersebar dan dukungan terhadap program dapat semakin kuat.

