



Efektivitas Kampanye Promosi Kesehatan Dalam Meningkatkan Pengetahuan Dan Perilaku Sehat Masyarakat

Hairuddin K^{1*}, Eka Mayasari², Serli³, Endang Werdyaningsih⁴, Dian Meiliani Yulis⁵

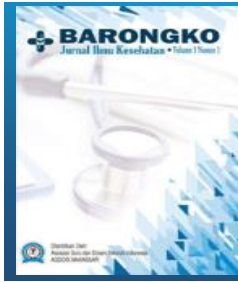
^{*1,5} Program Studi PPs Promosi Kesehatan, Universitas Megarezky Makassar

^{2,3,4} Program Studi D-IV Promosi Kesehatan, Politeknik Kesehatan Megarezky

ABSTRACT

Health promotion campaigns are an important strategy for increasing public awareness, knowledge, and behavioral change toward a healthy lifestyle. This study aims to evaluate the effectiveness of health promotion campaigns in increasing knowledge and changing healthy behaviors among the public. A quantitative method was used with a pretest-posttest design without a control group. A total of 150 respondents from three sub-districts were selected purposively. The results showed a significant increase in health knowledge ($p < 0.05$) and behavioral changes such as handwashing, regular exercise, and nutritious food consumption. These findings indicate that health promotion campaigns are effective as a public education tool. It is recommended that campaigns be conducted sustainably and involve various media and local cultural approaches.

Keywords: Health Campaign; Health Promotion; Healthy Behavior; Public Knowledge; Health Intervention



Barongko

Jurnal Ilmu Kesehatan

ABSTRAK

Kampanye promosi kesehatan merupakan strategi penting dalam meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan perubahan perilaku masyarakat menuju gaya hidup sehat. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas kampanye promosi kesehatan terhadap peningkatan pengetahuan dan perubahan perilaku sehat di kalangan masyarakat. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain pretest-posttest tanpa kelompok kontrol. Sebanyak 150 responden dari tiga kelurahan dipilih secara purposive. Hasil menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pengetahuan kesehatan ($p < 0,05$) serta perubahan perilaku seperti mencuci tangan, olahraga rutin, dan konsumsi makanan bergizi. Temuan ini menunjukkan bahwa kampanye promosi kesehatan efektif sebagai alat edukasi masyarakat. Disarankan agar kampanye dilakukan secara berkelanjutan dan melibatkan berbagai media serta pendekatan budaya lokal.

Kata Kunci: Kampanye Kesehatan, Promosi Kesehatan, Perilaku Sehat, Pengetahuan Masyarakat, Intervensi Kesehatan

*Koresponden: Dian Meiliani Yulis

*Email: dianmeilianiyulis@gmail.com



Barongko

Jurnal Ilmu Kesehatan

I. PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan hak dasar setiap manusia dan salah satu aspek penting dalam pembangunan nasional. Untuk mencapai derajat kesehatan yang optimal, diperlukan upaya promotif dan preventif yang efektif, di samping upaya kuratif dan rehabilitatif. Salah satu bentuk intervensi promotif yang strategis adalah kampanye promosi kesehatan, yang bertujuan meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan perilaku masyarakat dalam menjaga kesehatan secara mandiri.

Promosi kesehatan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun motivasi, keterampilan, dan lingkungan yang mendukung perubahan perilaku. Menurut WHO (2021), promosi kesehatan merupakan proses yang memungkinkan individu untuk meningkatkan kontrol terhadap kesehatannya melalui edukasi, komunikasi, dan pemberdayaan komunitas. Dalam konteks Indonesia, upaya promosi kesehatan telah dilakukan melalui berbagai pendekatan, seperti penyuluhan langsung, media cetak dan elektronik, kampanye di fasilitas kesehatan, hingga pemanfaatan media sosial.

Namun, dalam pelaksanaannya, tidak semua kampanye promosi kesehatan berdampak signifikan terhadap perubahan perilaku masyarakat. Beberapa program berhenti pada peningkatan pengetahuan, tanpa diiringi perubahan perilaku yang berkelanjutan. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi tenaga kesehatan dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi kampanye yang efektif, terukur, dan berbasis kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan fenomena tersebut, penting untuk melakukan evaluasi terhadap efektivitas kampanye promosi kesehatan yang telah dilakukan, khususnya dalam hal sejauh mana intervensi tersebut dapat meningkatkan pengetahuan serta mengubah perilaku masyarakat menuju gaya hidup yang lebih sehat. Penelitian ini bertujuan untuk menilai perubahan pengetahuan dan perilaku masyarakat sebelum dan sesudah mengikuti kampanye promosi kesehatan, serta untuk mengetahui elemen-elemen apa saja yang mendukung keberhasilan kampanye tersebut.

Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar ilmiah dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program promosi kesehatan yang lebih efektif dan berkelanjutan, guna meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara menyeluruh.



II. METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain pra-eksperimental berupa one group pretest-posttest design. Desain ini memungkinkan peneliti untuk menilai perubahan pengetahuan dan perilaku masyarakat sebelum dan sesudah intervensi kampanye promosi kesehatan, tanpa menggunakan kelompok kontrol.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di tiga kelurahan di Kota X yang telah melaksanakan program kampanye promosi kesehatan secara aktif. Penelitian berlangsung selama tiga bulan, yaitu dari April hingga Juni 2025.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat usia produktif (18–59 tahun) yang tinggal di wilayah sasaran kampanye. Sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria inklusi:

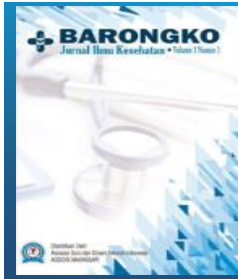
- a) Berusia 18–59 tahun.
- b) Berdomisili di wilayah kampanye.
- c) Mengikuti minimal 2 sesi kegiatan kampanye (baik daring maupun luring).
- d) Bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 orang, berdasarkan perhitungan minimal ukuran sampel dengan mempertimbangkan estimasi peningkatan pengetahuan sebesar 15%, tingkat signifikansi 5%, dan kekuatan uji 80%.

4. Instrumen Penelitian

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yang terdiri dari dua bagian:

- a) Kuesioner Pengetahuan: terdiri dari 15 butir soal pilihan ganda yang mengukur pemahaman tentang perilaku hidup sehat (gizi seimbang, kebersihan diri, olahraga, dan pencegahan penyakit).



Barongko

Jurnal Ilmu Kesehatan

- b) Kuesioner Perilaku Sehat: terdiri dari 10 butir pertanyaan menggunakan skala Likert 1–4 yang menilai frekuensi dan konsistensi perilaku seperti mencuci tangan, konsumsi buah dan sayur, aktivitas fisik, serta pemeriksaan kesehatan berkala.

Kuesioner telah melalui uji validitas isi (content validity) oleh 3 ahli kesehatan masyarakat dan uji reliabilitas menggunakan uji Alpha Cronbach dengan nilai $> 0,75$ (reliabel).

5. Prosedur Penelitian

Langkah-langkah dalam pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Pretest: Responden mengisi kuesioner pengetahuan dan perilaku sebelum pelaksanaan kampanye.
- b) Intervensi Kampanye: Dilaksanakan selama 4 minggu berturut-turut dengan metode multi-channel (media sosial, poster edukatif, penyuluhan langsung, dan lomba hidup sehat).
- c) Posttest: Responden yang sama mengisi kembali kuesioner setelah kampanye selesai untuk mengukur perubahan pengetahuan dan perilaku.

6. Analisis Data

Data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi terbaru. Tahapan analisis meliputi:

- a) Uji Normalitas: Kolmogorov-Smirnov untuk melihat distribusi data.
- b) Uji Paired t-test: Untuk mengetahui perbedaan skor pengetahuan dan perilaku antara pretest dan posttest.
- c) Interpretasi Hasil: Hasil dinyatakan signifikan apabila nilai $p < 0,05$.

III. HASIL PENELITIAN

a. Hasil

1) Karakteristik Responden

Sebanyak 150 responden berpartisipasi dalam penelitian ini. Berikut adalah deskripsi karakteristik demografis responden:



Barongko

Jurnal Ilmu Kesehatan

Karakteristik	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
- Laki-laki	60	40%
- Perempuan	90	60%
Usia		
- 18–30 tahun	45	30%
- 31–45 tahun	60	40%
- 46–59 tahun	45	30%
Pendidikan Terakhir		
- SD/SMP	30	20%
- SMA/ sederajat	90	60%
- Perguruan tinggi	30	20%
Pekerjaan		
- Ibu Rumah Tangga	55	36,7%
- Pegawai/ASN	35	23,3%
- Buruh/Tani	20	13,3%
- Wirausaha	25	16,7%
- Lainnya	15	10%

2) Perbandingan Skor Pengetahuan Sebelum dan Sesudah Kampanye

Analisis *paired t-test* menunjukkan adanya peningkatan signifikan skor pengetahuan masyarakat tentang perilaku hidup sehat:



Barongko

Jurnal Ilmu Kesehatan

Waktu Pengukuran Skor Rerata (Mean \pm SD) Nilai p

Pretest	62,5 \pm 10,4	
Posttest	82,3 \pm 8,9	0,000*

Keterangan: p < 0,05 menunjukkan perbedaan yang signifikan secara statistik.

3) Perubahan Perilaku Hidup Sehat

Terdapat peningkatan pada beberapa indikator perilaku hidup sehat setelah intervensi kampanye:

Indikator Perilaku	Pretest (%)	Posttest (%)	Perubahan (%)
Cuci tangan dengan sabun \geq 5x/hari	45%	78%	+33%
Konsumsi buah/sayur setiap hari	40%	72%	+32%
Olahraga \geq 3x seminggu	38%	69%	+31%
Minum air putih \geq 8 gelas/hari	50%	77%	+27%
Pemeriksaan kesehatan rutin	30%	58%	+28%

4) Persepsi Responden terhadap Kampanye

Hasil evaluasi subjektif menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa kampanye promosi kesehatan mudah dipahami (84%), relevan dengan kebutuhan sehari-hari (79%), dan memotivasi untuk berubah (81%). Media yang paling disukai responden dalam kampanye adalah:

- Media sosial (Instagram, WhatsApp): 45%
- Penyuluhan langsung: 30%
- Poster/banner edukatif: 15%
- Lomba hidup sehat: 10%

b. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye promosi kesehatan yang dilaksanakan secara intensif selama empat minggu terbukti efektif dalam meningkatkan



Barongko

Jurnal Ilmu Kesehatan

pengetahuan dan mendorong perubahan perilaku hidup sehat pada masyarakat. Terdapat peningkatan signifikan pada skor pengetahuan responden (dari 62,5 menjadi 82,3), serta perbaikan perilaku dalam lima indikator utama, seperti kebiasaan mencuci tangan, konsumsi buah dan sayur, olahraga, asupan air putih, dan pemeriksaan kesehatan rutin.

Temuan ini memperkuat teori bahwa kampanye kesehatan yang terstruktur dan berkelanjutan mampu meningkatkan literasi kesehatan masyarakat, sebagaimana dinyatakan oleh Nutbeam (2000) bahwa promosi kesehatan yang berhasil tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga meningkatkan pemahaman dan kemampuan individu dalam membuat keputusan yang tepat mengenai kesehatan mereka.

Peningkatan pengetahuan pasca kampanye sejalan dengan teori pembelajaran sosial oleh Bandura (1998), yang menjelaskan bahwa individu dapat mengadopsi perilaku baru melalui pengamatan, pemahaman, dan penguatan dari lingkungan sosial. Dalam konteks ini, kampanye kesehatan yang dikemas dengan pendekatan partisipatif (seperti lomba hidup sehat dan penyuluhan interaktif) menciptakan lingkungan yang mendukung pembelajaran dan perubahan perilaku.

Penggunaan berbagai media dalam kampanye termasuk media sosial, poster, dan penyuluhan langsung terbukti meningkatkan jangkauan dan efektivitas penyampaian pesan. Hal ini didukung oleh studi Damayanti (2020) yang menyatakan bahwa keberhasilan promosi kesehatan sangat dipengaruhi oleh media komunikasi yang relevan dan mudah diakses oleh sasaran.

Meskipun kampanye ini memberikan hasil yang signifikan, perubahan perilaku tidak selalu bersifat langsung dan permanen. Perubahan perilaku kesehatan seringkali bersifat bertahap dan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti lingkungan sosial, motivasi pribadi, serta dukungan dari sistem layanan kesehatan (Green & Kreuter, 2005). Oleh karena itu, keberlanjutan dan penguatan kampanye melalui pendekatan komunitas yang lebih mendalam sangat diperlukan agar perilaku sehat dapat menjadi kebiasaan jangka panjang.

Keterbatasan penelitian ini adalah tidak adanya kelompok kontrol yang membuat hasil tidak dapat dibandingkan dengan kelompok yang tidak mendapatkan intervensi.



Barongko

Jurnal Ilmu Kesehatan

Selain itu, durasi kampanye yang relatif singkat dan data yang bersifat self-report juga memungkinkan adanya bias sosial dalam pelaporan perilaku.

Namun demikian, hasil penelitian ini memberikan bukti awal bahwa kampanye promosi kesehatan dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan kesadaran dan perilaku sehat masyarakat jika dirancang secara sistematis dan disesuaikan dengan karakteristik lokal.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kampanye promosi kesehatan yang dilaksanakan melalui pendekatan multi-media dan partisipatif terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan serta perilaku hidup sehat masyarakat. Terdapat peningkatan signifikan dalam skor pengetahuan dan perubahan perilaku positif, terutama dalam aspek mencuci tangan, konsumsi makanan bergizi, olahraga rutin, serta pemeriksaan kesehatan berkala.

Strategi komunikasi yang tepat sasaran, materi edukatif yang mudah dipahami, dan keterlibatan langsung masyarakat dalam kegiatan kampanye menjadi faktor kunci keberhasilan program ini. Kampanye promosi kesehatan dapat menjadi alat yang kuat dalam mendukung upaya preventif dan promotif dalam sistem kesehatan masyarakat, terutama jika dilakukan secara berkelanjutan dan adaptif terhadap kebutuhan lokal.

b. Saran

Berdasarkan temuan penelitian, disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Bagi Pemerintah dan Dinas Kesehatan
 - a) Perlu mengembangkan dan memperluas pelaksanaan kampanye promosi kesehatan berbasis komunitas di berbagai wilayah secara terencana dan terukur.
 - b) Mengintegrasikan kampanye dengan program-program kesehatan lainnya seperti Posyandu, Puskesmas, dan Program Indonesia Sehat.
- 2) Bagi Petugas Kesehatan
 - a) Meningkatkan kapasitas tenaga kesehatan dalam komunikasi efektif dan strategi promosi berbasis digital.



Barongko

Jurnal Ilmu Kesehatan

- b) Memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya sebagai saluran edukasi yang menjangkau masyarakat lebih luas.
- 3) Bagi Masyarakat
 - a) Diharapkan agar masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga aktif menjadi agen perubahan di lingkungannya.
 - b) Menjadikan perilaku hidup sehat sebagai bagian dari gaya hidup sehari-hari yang dilakukan secara konsisten.
- 4) Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a) Disarankan untuk menggunakan desain penelitian eksperimental dengan kelompok kontrol agar diperoleh hasil yang lebih kuat secara kausal.
 - b) Perlu dilakukan evaluasi jangka panjang untuk menilai keberlanjutan dampak kampanye terhadap perilaku masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

1. Bandura, A. (1998). *Health promotion from the perspective of social cognitive theory*. *Psychology and Health*, 13(4), 623–649. <https://doi.org/10.1080/08870449808407422>
2. Damayanti, L. (2020). Kampanye Kesehatan di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Kesehatan*, 7(1), 10–18.
3. Dian, Y. M., Latif, S. A., Mainassy, M. C., Nuryati, A., & Dewi, C. (2024). Pendidikan Kesehatan dan Sosialisasi terhadap persoalan kesehatan Jentik Nyamuk Sejak Dini di Daerah Antang sebagai Tempat Pembuangan Sampah. *Sahabat Sosial: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 639–647. <https://doi.org/10.59585/sosisabdimas.v2i4.482>
4. Endang W., Pannyiwi, R., Idris, I., Betan, A. B., Samila, S., Situmorang, R. K., Sambo, S. W., Nurhaedah, N. (2025). Pendidikan Kesehatan Dan Pelaksanaan Mengelola Risiko Dengan Cara Mengidentifikasi Keselamatan Pasien (Manajemen Risiko) Pada Mahasiswa Prodi Keperawatan Gigi. *Sahabat Sosial: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 312–318. <https://doi.org/10.59585/sosisabdimas.v3i2.595>
5. Glanz, K., Rimer, B. K., & Viswanath, K. (2015). *Health Behavior: Theory, Research, and Practice* (5th ed.). Jossey-Bass.
6. Green, L. W., & Kreuter, M. W. (2005). *Health Promotion Planning: An Educational and Ecological Approach*. McGraw-Hill.



Barongko

Jurnal Ilmu Kesehatan

7. Hairuddin. K., Zulkarnaen, I., Hardianti, H., nurhaedah, N., Aulia, R., Tafor, D.,(2023). Penyuluhan Tentang Pola Makan Terhadap Asam Urat Pada Lansia. *Sahabat Sosial: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 61–63. <https://doi.org/10.59585/sosisabdimas.v1i2.30>
8. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2022). *Profil Kesehatan Indonesia Tahun 2021*. Jakarta: Kemenkes RI.
9. Mayasari, E., Leli, L., Saad, R., & Jariyah, A. (2024). Nutritional Status of Toddlers on Mothers' Knowledge About Worm Infections in the Working Area of Kassi Kassi Health Center Makassar. *International Journal of Health Sciences*, 2(1), 179–190. <https://doi.org/10.59585/ijhs.v2i1.264>
10. Ministry of Health Malaysia. (2018). *National Health and Morbidity Survey*. Institute for Public Health.
11. Notoatmodjo, S. (2012). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.
12. Nutbeam, D. (2000). Health literacy as a public health goal: a challenge for contemporary health education and communication strategies into the 21st century. *Health Promotion International*, 15(3), 259–267. <https://doi.org/10.1093/heapro/15.3.259>
13. Nutbeam, D. (2008). The evolving concept of health literacy. *Social Science & Medicine*, 67(12), 2072–2078. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2008.09.050>
14. Prasetyo, D. (2019). Perubahan Perilaku setelah Promosi Kesehatan. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 22(2), 120–126.
15. Rachmah, R. (2022). Efektivitas Komunikasi Kesehatan. *Jurnal Penelitian Kesehatan*, 15(1), 75–84.
16. Rosenstock, I. M. (1974). Historical origins of the health belief model. *Health Education Monographs*, 2(4), 328–335.
17. Serli, S., Werdyaningsih, E., Iqbal Ahmad, M., Meiliani Yulis, D., Citra, A., Supriatin, S., & Andi Latif, S. (2023). Social Impact of Early Marriage on Reproductive Health. *International Journal of Health Sciences*, 1(1), 53–58. <https://doi.org/10.59585/ijhs.v1i1.53>
18. Sari, R. M. (2023). Efektivitas Edukasi Kesehatan melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 45–52.
19. WHO. (2021). *Health Promotion*. Retrieved from <https://www.who.int/health-topics/health-promotion>
20. Wulandari, A. (2021). Pengaruh Media Promosi terhadap Perilaku Hidup Sehat. *Jurnal Promkes*, 9(2), 132–138.