

Pemasaran Produk Sosial “Adaptasi New Normal” Pada Masa Pandemi Covid-19 Bagi Kelompok Pemuda Persekutuan Doa Viadolorosa

Afrona E.Lelan Takaeb^{#1}, Indriati A Tedju Hinga[#], Deviarbi Sakke Tira[#], Sigit Purnawan[#], Ribka Limbu[#]
[#]Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat Fakultas Kesehatan Masyarakat Undana
¹afrona.takaeb@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Pengendalian penularan Covid-19 membutuhkan partisipasi semua lapisan masyarakat untuk tetap mematuhi protokol kesehatan termasuk kelompok Pemuda Persekutuan Doa Viadolorosa. Masalah yang dihadapi oleh mitra yaitu keterbatasan media promosi kesehatan dan fasilitas penunjang untuk berperilaku sehat. Untuk mengatasi masalah mitra di situasi pandemi, tim pelaksana melakukan pemasaran produk sosial yang berkaitan dengan gerakan 3 M dengan menggunakan media poster dan video, di mana pesan yang disampaikan disesuaikan dengan karakteristik sasaran dan melibatkan ketua komunitas untuk meningkatkan kredibilitas komunikator. Tim pelaksana juga menyediakan fasilitas penunjang perilaku sehat. Diharapkan, dengan ketersediaan media promosi kesehatan dan fasilitas penunjang akan meningkatkan pemeliharaan perilaku pencegahan penularan Covid-19 pada Kelompok Pemuda Persekutuan Doa Viadolorosa.

Kata Kunci : Pemasaran Produk Sosial, Pandemi Covid-19, Kelompok Pemuda Viadolorosa

I. PENDAHULUAN

Sejak Corona Virus Diseases (COVID-19) dinyatakan sebagai pandemik oleh World Health Organization, penyebarannya terus meluas di segala tempat termasuk di Kota Kupang, Propinsi Nusa Tenggara Timur. Pada saat kami membuat tulisan ini, jumlah kasus

terkonfirmasi positif Covid-19 mencapai 86 orang, yang sedang dalam perawatan medis sebanyak 33 orang dan sembuh 49 orang serta meninggal dunia sebanyak 4 orang [1].

Covid-19 sangat mudah menular baik secara langsung maupun tidak langsung, namun demikian, masyarakat diharapkan untuk bisa beradaptasi dengan keadaan pandemi (New Normal). Masyarakat diharapkan tetap disiplin memperhatikan protokol kesehatan dalam kehidupan kesehariannya yang meliputi Memakai Masker, Menjaga Jarak, dan Mencuci Tangan dengan Air Bersih (3 M). Masyarakat diharapkan agar tetap berperilaku positif agar dapat mencegah penularan virus corona sehingga penyebarannya dapat dikendalikan melalui gerakan 3 M [2].

Kelompok Pemuda Persekutuan Doa Viadolorosa, adalah salah satu kelompok remaja Kristen yang berlokasi di Kelurahan Bakunase Dua Kecamatan Kota Raja Kota Kupang dengan jumlah anggota sebanyak 30-40 orang. Di masa pandemik, mereka tetap

melakukan kegiatan keagamaan dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

Namun, berdasarkan wawancara dengan ketua kelompok, ditemukan bahwa tidak tersedianya media promosi kesehatan berkaitan dengan pengendalian Covid-19, dikhawatirkan akan mempengaruhi kepatuhan atau konsistensi anggota untuk tetap menerapkan perilaku 3 M. Selain itu, masalah yang ditemukan adalah keterbatasan fasilitas Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS), seperti perlengkapan Cuci Tangan Pakai Sabun (CTPS) sehingga mereka harus ada dalam antrian yang cukup panjang sebelum masuk dalam ruangan ibadah. Hal yang dikhawatirkan adalah jika ada anggota yang mungkin saja dalam keadaan tergesa-gesa sehingga tidak lagi mencuci tangan dan kemungkinan tidak ada lagi jarak fisik yang memadai sesuai protokol kesehatan yaitu 1-2 meter.

Permasalahan tersebut diatas mendorong dosen FKM-Undana dengan latar belakang ilmu promosi kesehatan dan pengendalian penyakit menular untuk memberikan pencerahan berkaitan dengan penguatan perilaku melalui pemasaran sosial, yaitu pengembangan media promosi

kesehatan dan penyediaan fasilitas penunjang PHBS.

II. LANDASAN TEORI DAN METODE

Sejak pertama kali dilaporkan di Wuhan, Tiongkok, pada akhir 2019, virus corona telah menyebar ke sejumlah negara, termasuk di Indonesia. WHO telah menetapkan Covid-19 sebagai pandemi global. Angka kematian Covid-19 di Indonesia masih tinggi. Persentase kematian secara nasional sebesar 3,4 persen bahkan masih di atas rata-rata angka kematian di dunia sebesar 2,5 persen. Penularannya dapat terjadi secara langsung yaitu melalui droplet (percikan air liur) yang dihasilkan saat orang yang terinfeksi batuk, bersin, atau mengembuskan nafas dan secara tidak langsung melalui benda-benda yang tersentuh oleh orang yang terinfeksi[2]. Dengan demikian Pengendalian penularan Covid-19, sangat membutuhkan partisipasi masyarakat untuk tetap memperhatikan protokol kesehatan.

Salah satu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat adalah melalui pemasaran sosial. Menurut Roberto & Lee, pemasaran sosial adalah penggunaan prinsip-prinsip dan teknik pemasaran untuk mempengaruhi sasaran, yang dengan sukarela menerima, memodifikasi, atau

meninggalkan perilaku untuk kepentingan individu, kelompok atau masyarakat secara keseluruhan [3].

Dalam situasi pandemi yang mengharuskan untuk menjauhi kerumunan dan menjaga jarak, maka metode yang kami pakai untuk meningkatkan pengetahuan mitra adalah dengan menggunakan metode massa dan media luar ruang yaitu poster dan video[4]. Oleh karena itu dalam kegiatan PKM ini, produk yang kami pasarkan ke mitra adalah poster dan video yang berkaitan dengan gerakan 3 M.

Laswell dalam Liliweri[5] mengatakan bahwa ada hubungan antara pesan dengan komunikator (Siapa mengatakan apa). Dalam desai pesan baik di poster maupun video, kami juga menggunakan ayat Alkitab dan mengajak ketua pemuda untuk terlibat sebagai komunikator sehingga dapat meningkatkan penerimaan pesan dari audience yang berdampak pada peningkatan perilaku.

Lelan Takaeb[6] menyebutkan bahwa salah satu tantangan yang dihadapi oleh masyarakat dalam pengendalian penularan Covid-19 adalah berkaitan dengan “price” atau harga. Seseorang mau mencuci tangan jika dia mempunyai daya beli produk atau mampu membayar harga dari segala perlengkapan untuk mencuci tangan. Hal ini

sesuai dengan Teori Lawrence Green dalam Notoatmodjo[4] yang mengatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang adalah faktor penunjang misalnya ketersediaan air dan perlengkapan cuci tangan akan menunjang seseorang untuk menerapkan CTPS. Oleh karena itu, tim pelaksana juga mendukung mitra dengan penyediaan fasilitas PHBS terutama yang berkaitan dengan CTPS.

III. PEKERJAAN DAN DISKUSI HASIL

A. Proses Pekerjaan

Pada Tahap Persiapan, Tim Pelaksana melakukan koordinasi dengan Ketua Pemuda Persekutuan Doa Viadolorosa mengenai permasalahan yang dihadapi oleh mitra berkaitan dengan adaptasi new normal selama masa pandemic Covid-19. Dari hasil diskusi diketahui bahwa kurangnya media promosi kesehatan yang dapat meningkatkan kepatuhan dalam melakukan 3 M dan fasilitas penunjang praktek 3 M yang kurang memadai. Selanjutnya, tim pelaksana bekerjasama dalam menyediakan media promosi kesehatan (yaitu poster dan video) serta beberapa fasilitas penunjang perilaku 3 M (seperti ember cuci tangan, sabun, *sanitizer* dll) termasuk disinfektan. Dengan demikian, mitra dapat tetap melakukan kegiatan ibadah namun dengan

tetap memperhatikan protokol kesehatan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

B. Hasil Pekerjaan

B.1 Poster dan Video 3 M

Poster adalah salah media promosi kesehatan masyarakat yang digunakan untuk menarik perhatian orang. Poster yang didesain oleh tim pelaksana (Gambar 1) menampilkan informasi tentang pengertian, gejala, cara penularan Covid dan pencegahannya melalui 3 M. Selain itu, karena mitra adalah kelompok pemuda yang beragama Kristen, maka kami juga mengutip salah satu ayat Alkitab (Kitab suci agama Kristen) yang berkaitan dengan kepatuhan kepada pemerintah sebagai hamba Tuhan, demikian :



Gambar 1. Poster 3 M

“Tiap-tiap orang harus takluk kepada pemerintah yang di atasnya, sebab tidak ada pemerintah, yang tidak berasal dari Allah; dan pemerintah-pemerintah yang ada, ditetapkan oleh Allah (Roma 13:1)”

Dalam kaitannya dengan pengendalian penyebaran Covid-19 dengan gerakan 3M, tim pelaksana mengharapkan agar mitra dapat mematuhi protokol kesehatan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah, sebagai wujud ketaatan pada Tuhan.

Selanjutnya, atas kesepakatan dengan mitra, poster ini ditempel di dinding ruang

ibadah. Diharapkan poster ini dapat mudah dilihat oleh anggota kelompok pemuda atau siapa saja yang datang berkunjung atau beribadah di lokasi mitra (Gambar 2).



Gambar 2. Poster yang ditempel di dinding ruangan ibadah.

Selain menggunakan media Poster, Tim Pelaksana juga mendesain video dengan isi pesan yang sama dengan isi pesan pada poster. Namun dalam video ini, yang menjadi komunikator adalah pemimpin kelompok pemuda Viadolorosa (gambar 3) dengan kolaborasi video 3 M dari mahasiswa FKM Undana yang berjudul “AYO CEGAH CORONA DENGAN GERAKAN 3 M” yang dapat diakses melalui https://youtu.be/Lh_OrPnDdtc [7]. Video yang berdurasi 52 detik ini disajikan sebagai bagian dari informasi pada saat pelaksanaan ibadah (Gambar 4).



Gambar 3. Video 3 M kolaborasi Pemuda Viadolorosa dan Mahasiswa FKM Undana



Gambar 4. Suasana Pemutaran Video Pada Pelaksanaan Ibadah

B2. Perlengkapan PHBS

Salah satu kendala yang dihadapi oleh mitra yaitu terbatasnya fasilitas PHBS seperti CTPS. Oleh karena itu, untuk mendukung perilaku mencuci tangan, tim pelaksana juga menyediakan beberapa perlengkapan CTPS seperti (ember) wadah air mengalir dan sabun (Gambar 5). Diharapkan dengan penyediaan fasilitas penunjang ini, mitra dalam

melakukan kegiatan ibadah dapat menjadikan perilaku CTPS sebagai bagian adaptasi “*new normal*” di masa pandemik Covid-19.



Gambar 5. Perlengkapan CTPS yang diberikan kepada mitra

IV. KESIMPULAN

Masalah yang dihadapi oleh mitra yaitu keterbatasan media promosi kesehatan dan fasilitas penunjang untuk berperilaku sehat. Untuk mengatasi masalah mitra di situasi pandemi, tim pelaksana melakukan pemasaran produk sosial yang berkaitan dengan gerakan 3 M dengan menggunakan media poster dan video serta menyediakan fasilitas penunjang perilaku sehat.

REFERENSI

- [1] Kompas.Com. 2020. Klaster Baru Penularan Corona di Kota Kupang Muncul dari Karyawan Bank. Diakses 1 Oktober 2020.
- [2] Kementerian Kesehatan Rrpublik Indonesia. 2020. *Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor HK.01.07/Menkes/413/2020 Tentang Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*. Kemenkes. Jakarta.
- [3] Rokhmah, D, Nafikadini, I, Hamdalah, A & Ode, TA. 2020. *Buku Ajar Pemasaran Sosial (Teori dan Praktik dalam bidang kesehatan Masyarakat)*. UPT Percetakan dan dan Penerbitan Universitas Jember. Jember.
- [4] Notoatmodjo, S. 2010. *Promosi Kesehatan Teori & Aplikasi*. Rineka Cipta. Jakarta.
- [5] Liliweri, Alo. 2011. *Dasar Dasar Komunikasi Kesehatan*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- [6] Lelan Takaeb, AE. 2020. “*Pemasaran socia Perilaku Pencegahan Penyebaran Covid-From covert to overt behavior*”. Dalam Vaksin Ilmiah Kumpulan Esai tentang Covid-19 dari berbagai perspektif ilmu Edisi II Mei 2020 (hal. 121-128). Penerbit Lakeisha.
- [7] FKM Undana. 2020. AYO CEGAH CORONA DENGAN GERAKAN 3 M” [Video]. YouTube, https://youtu.be/Lh_OrPnDdtc