

Pengembangan Media Promosi Kesehatan Tentang Isolasi Mandiri Bagi Orang Positif Covid-19 (*The Four Phase Media Development Model*)

Silvania S.E. Mandaru¹, Fitria Titi Meilawati², Maria V. D. Phaba Swan³, Christian J. Balalembang⁴
^{1,2,3,4}Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Nusa Cendana

ABSTRAK

Pasien COVID-19 saat dinyatakan positif dan direkomendasikan untuk melakukan isolasi mandiri perlu dibekali dengan pengetahuan yang cukup tentang teknik pelaksanaan isolasi mandiri. Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan produk video sebagai media promosi kesehatan tentang isolasi mandiri bagi orang positif Covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model pengembangan "*The Four Phase Media Development Model to Tell Your Research Story*". Penelitian ini merupakan penelitian *Research and Development* di mana penelitian ini menitikberatkan pada pengembangan video. Terdapat 4 fase yang diterapkan dalam pengembangan video tersebut yaitu fase penjajakan, fase pengembangan, fase rilis dan fase *review*. Semua Fase ini didiskusikan oleh informan dalam tahapan *Focus Group Discussion* (FGD). Secara garis besar penelitian ini mengangkat cerita pasien isolasi mandiri yang mempunyai latar belakang ekonomi lemah dan merupakan tulang punggung keluarga. Gaya pendekatan yang digunakan adalah pendekatan *soft approach* di mana informasi atau pesan kesehatan yang disampaikan dikemas sehalus dan sesederhana mungkin sehingga tidak ada kesan menggurui. Masyarakat sebagai audiens akan lebih mudah untuk dipengaruhi apabila ada keberpihakan pada masyarakat. Harapannya pesan kesehatan yang dikemas dalam video ini bisa memberikan dampak kognitif, afektif dan konatif. Selain itu, audiens yang terpapar pesan kesehatan melalui video diharapkan menjadi *agent of change* terkait upaya penanggulangan Covid-19.

Kata Kunci: Covid-19; Video Promosi; Isolasi Mandiri; Pasien Covid-19; *Four Phase Media*; FGD

Development of Health Promotion Media About Self-Isolation for Positive People with Covid-19 (The Four Phase Media Development Model)

ABSTRACT

When COVID-19 patients test positive and are recommended to carry out independent isolation, they need to be equipped with sufficient knowledge about self-isolation techniques. The purpose of this research is to develop a video product as a media for health promotion about self-isolation for people who are positive for Covid-19. The method used in this study uses the development model "*The Four Phase Media Development Model to Tell Your Research Story*". This research is a *Research and Development* research where this research focuses on video development. There are 4 phases applied in the development of the video, namely the assessment phase, the development phase, the release phase and the review phase. All of these phases were discussed by informants in the *Focus Group Discussion* (FGD) stages. Broadly speaking, this study raises the story of independent isolation patients who have a weak economic background and are the backbone of the family. The style of approach used is a *soft approach* where the information or health messages conveyed are packaged as smoothly and simply as possible so that there is no patronizing impression. Society as an audience will be easier to influence if there is alignment with the community. It is hoped that the health messages packaged in this video can have a cognitive, affective and conative impact. In addition, audiences who are exposed to health messages through videos are expected to become agents of change related to efforts to tackle Covid-19.

Keywords: Covid-19, Promotional Video; Self-Isolation; Covid-19 Patient; *Four Phase Media*; FGD

Korespondensi: Fitria Titi Meilawati, Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Nusa Cendana, Jln. Adisucipto Penfui Kupang-Nusa Tenggara Timur Kode Pos. 85114. Email: ssi_meilawati@yahoo.co.id

PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI KESEHATAN TENTANG ISOLASI MANDIRI BAGI ORANG POSITIF COVID-19

(SILVANIA S.E. MANDARU, FITRIA TITI MEILAWATI, MARIA V. D. PHABA SWAN, CHRISTIAN J. BALALEMBANG)

PENDAHULUAN

Coronavirus Disease 2019 (Covid-19) merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh virus SARS-Cov-2 dan telah ditetapkan sebagai pandemi global oleh *World Health Organization*. Orang yang terkonfirmasi Covid-19 yang bergejala ringan dan tidak bergejala yang telah memenuhi syarat klinis dapat melakukan isolasi mandiri di rumah. Agar tingkat penyebarannya tidak semakin parah, pemerintah menyarankan masyarakat untuk tetap berada di rumah dan menerapkan protokol isolasi mandiri.

Berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor HK.01.07/MENKES/4641/2021 tentang Panduan Pelaksanaan Pemeriksaan, Pelacakan, Karantina, dan Isolasi dalam Rangka Percepatan Pencegahan dan Pengendalian Covid-19 terdapat 5 derajat gejala Covid-19, antara lain; 1) Tanpa gejala (Asintomatis) yaitu tidak ditemukan gejala klinis. 2) Gejala ringan yaitu pasien dengan gejala tanpa ada bukti pneumonia virus atau tanpa hipoksia, frekuensi napas 12-20 kali per menit dan saturasi oksigen >95%. Gejala umum yang muncul seperti: demam, batuk, kelelahan, kehilangan nafsu makan, napas pendek, mialgia, dan nyeri tulang. Gejala tidak spesifik lainnya seperti sakit tenggorokan, kongesti hidung, sakit kepala, diare, mual dan muntah, serta hilang penciuman (anosmia) atau hilang pengecapan (ageusia). 3) Gejala sedang dengan tanda klinis pneumonia seperti: demam, batuk, sesak, napas cepat tanpa tanda pneumonia berat, dengan saturasi oksigen 93%. 4) Gejala berat dengan tanda klinis

pneumonia seperti: demam, batuk, sesak, napas cepat, dan ditambah satu dari frekuensi napas > 30 x/menit, distres pernapasan berat atau saturasi oksigen <93%. 5) Kritis yaitu pasien dengan gejala gagal nafas, komplikasi infeksi atau kegagalan multiorgan. Dalam penanganan varian Omicron, rumah sakit diprioritaskan untuk pasien dengan gejala sedang, berat, dan kritis wajib membutuhkan oksigen (Widyawati, 2022).

Isolasi mandiri (isoman) yaitu upaya mencegah penyebaran Covid-19 dengan berdiam diri di rumah sambil menjaga kondisi diri sekaligus tetap menjaga jarak dari orang sekitar atau keluarga. Orang yang perlu melakukan isolasi mandiri adalah siapapun yang memiliki gejala sakit seperti: batuk, demam, pilek, nyeri tenggorokan atau gejala penyakit pernapasan lainnya. Isolasi mandiri perlu dilakukan jika terdapat beberapa kemungkinan di antaranya seseorang kontak dengan terduga Covid-19, seseorang tidak kontak langsung dengan terduga Covid-19 namun memiliki riwayat perjalanan ke daerah zona merah, seseorang yang mengalami demam dengan suhu tubuh di atas 37⁰ C serta mengalami gangguan pernapasan (Sulaiman, 2020).

Hal-hal yang tidak diperbolehkan saat melakukan isolasi mandiri yakni dengan tidak boleh berbagi alat pribadi seperti: alat makan, mandi, dan pakaian bersama anggota keluarga lain. Apabila harus berbagi kamar mandi atau mesin cuci pakaian maka bersihkan dengan disinfektan setelah dipakai. Cara menjaga pertahanan tubuh selama melakukan isolasi

mandiri yaitu tetap terapkan pola hidup sehat seperti: makan makanan bergizi seimbang, perbanyak buah dan sayur, istirahat yang cukup, lakukan olahraga ringan dan hindari merokok atau minuman alkohol (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2020).

Dalam kondisi pandemi Covid-19, isolasi mandiri dapat dilakukan ketika mengalami sakit tenggorokan, batuk, demam, gejala saluran pernapasan, dan gejala lainnya. Isolasi mandiri dilakukan dengan tetap berada di rumah tidak bepergian selama kurang lebih dua pekan. Menurut Kementerian Kesehatan, isolasi mandiri yang dilakukan di dalam rumah, agar dipisahkan dengan anggota keluarga yang lain (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2020).

Dengan demikian isolasi mandiri menjadi tindakan sangat penting dalam rangka pencegahan Covid-19. Kondisi ini membuat pemerintah mengambil kebijakan bagi pasien yang tanpa gejala dan ringan dapat melakukan isolasi mandiri. Kebijakan yang dilakukan dan dianjurkan kepada pasien yang melakukan isolasi mandiri bervariasi waktunya. Pasien tanpa gejala adalah 10 hari, untuk pasien gejala ringan 10 hari ditambah 3 hari yang sudah bebas dari berbagai gejala. Sedangkan yang kontak erat dengan orang yang terpapar Covid-19 lebih lama waktunya yakni 14 hari sejak kontak (Kementrian Kesehatan Republik Indonesia, 2020).

Seringkali, saat dinyatakan positif dan direkomendasikan untuk melakukan isolasi mandiri, pasien yang terinfeksi Covid-19 tidak dibekali dengan pengetahuan yang cukup tentang teknik pelaksanaan isoman, apa saja yang harus

dilakukan selama isoman dan bilamana pasien harus dilarikan ke fasilitas kesehatan terdekat, dan informasi-informasi krusial lainnya yang sangat penting untuk diketahui oleh orang yang akan melakukan isoman. Sehingga dibutuhkan media promosi kesehatan tentang orang yang tengah menjalani isolasi mandiri.

Promosi kesehatan merupakan salah satu langkah untuk menyampaikan pesan kesehatan dari komunikator untuk mempengaruhi orang lain agar mampu meningkatkan kesadaran akan kesehatannya, pesan kesehatan dapat dengan mudah diterima orang individu maupun kelompok masyarakat maka perlu didukung dengan media yang sesuai (Safitri et al., 2022).

Media promosi kesehatan adalah semua sarana atau upaya untuk menampilkan pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, baik itu melalui media cetak, elektronika, dan media luar ruang, sehingga sasaran dapat meningkat pengetahuannya yang akhirnya diharapkan dapat berubah perilakunya ke arah positif terhadap kesehatan (Adventus et al., 2019).

Menurut Notoatmodjo (2012) media promosi kesehatan merupakan semua sarana atau upaya untuk menyajikan pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, baik melalui media cetak, elektronika (berupa radio, TV, komputer dan sebagainya) dan media luar ruang. Dengan harapan sasaran dapat meningkatkan pengetahuannya yang kemudian diharapkan terjadi perubahan pada perilaku kearah positif di bidang kesehatan.

Penggunaan berbagai media promosi kesehatan dapat meningkatkan penyerapan informasi. Penggunaan media visual harus digunakan secara optimal, jika memungkinkan kombinasi beberapa media promosi kesehatan dapat dilakukan untuk meningkatkan penerimaan pesan dari komunikator kepada komunikan. Semakin banyak indra yang digunakan dalam menerima pesan, maka semakin banyak pesan informasi yang terserap (Ernawati, 2022).

Terdapat beberapa tujuan atau alasan mengapa media sangat diperlukan di dalam pelaksanaan promosi kesehatan, antara lain: a) Media dapat mempermudah penyampaian informasi, b) Media dapat menghindari kesalahan persepsi, c) Media dapat memperjelas informasi, d) Media dapat mempermudah pengertian, e) Media dapat mengurangi komunikasi verbalistik, f) Media dapat menampilkan objek yang tidak bisa ditangkap dengan mata, g) Media memperlancar komunikasi dan lain-lain (Adventus et al., 2019).

Media promosi kesehatan tentang isolasi mandiri diharapkan menjadi media pembelajaran yang dapat diakses oleh masyarakat luas. Media promosi kesehatan diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan penerima pesan dibidang kesehatan.

Penelitian ini menggunakan metode *Mixed Method*. Metode penelitian yang digunakan adalah R&D (*Research and Development*) dan Survei. R&D digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut. Penelitian R&D memiliki beberapa istilah. Borg

dan Gall (1998) menggunakan nama *Research and Development* yang dapat diterjemahkan menjadi penelitian dan pengembangan. menggunakan nama *Design and Development Research* yang dapat diterjemahkan menjadi perancangan dan penelitian pengembangan. Secara sederhana R&D meliputi: spektrum topik penelitian yang sangat luas. Secara sederhana, penelitian R&D bisa dikatakan adalah a) Penelitian tentang proses dan dampak suatu desain produk yang spesifik dan upaya pengembangannya dan b) Penelitian tentang desain dan proses pengembangan secara keseluruhan atau dari bagian komponen proses yang lebih spesifik. Ada 2 jenis kategori *research projects* yang dikemukakan. Pertama, *Product and Tools Research* (Penelitian Produk dan Perlengkapan). Kedua, *Model Research* (Penelitian Model) (Richey & Klein, 2014). Survei digunakan untuk mengetahui adanya perubahan secara kognitif, afektif, dan konatif sesudah terkena paparan video promosi kesehatan.

Dari penjelasan di atas, penelitian ini berupaya mengembangkan media video berupa media promosi kesehatan tentang isolasi mandiri bagi orang positif Covid-19, di mana produk luaran wajibnya berupa produk video edukasi tentang isolasi mandiri bagi orang positif Covid-19 yang dapat digunakan oleh mitra, dalam hal ini Puskesmas Pasir Panjang dan Puskesmas Oebobo untuk edukasi tentang isoman. Penelitian ini penting untuk diteliti agar mampu mengisi *gap* dalam media promosi kesehatan khususnya dalam bentuk media video dengan informasi spesifik

tentang isolasi mandiri bagi orang positif Covid-19.

METODE PENELITIAN

Penelitian akan menggunakan model yang lebih terkini yang disebut *The Four Phase Media Development Model to Tell Your Research Story* (Czaran et al., 2017). Empat fase yang tersebut dapat dilihat dalam gambar di bawah ini :



Sumber: (Czaran et al., 2017)

Gambar 1. *The Four Phase Media Development Model to Tell Your Research Story*

Secara singkat dapat dijelaskan sebagai berikut :1) *Fase Penjajakan*. Fase ini terdiri dari beberapa tahapan : a) *Identifikasi Kebutuhan/Manfaat*. Pada fase ini dilakukan identifikasi kebutuhan utama. Jika ada beberapa kebutuhan, disarankan untuk menghasilkan produk untuk masing-masing kebutuhan. Ini juga saat yang paling tepat untuk mulai memikirkan rencana rilis, kapan, dan di mana akan menjadi waktu yang paling tepat untuk merilis produk media. b) *Identifikasi Audiens*. Setelah mengidentifikasi kebutuhan utama, audiens utama akan ditentukan. Pilihan audiens utama secara

signifikan akan mempengaruhi keputusan tentang jenis media, gaya, dan konten. Ini pada gilirannya akan berdampak pada rencana rilis yang sedang dikembangkan. c) *Tentukan Pendekatan Visual*. Tujuan di balik kegiatan ini bukan untuk pendekatan visual yang menghadirkan produk artistik tetapi untuk menciptakan produk yang menarik, mudah dipahami, dan dapat membangkitkan hubungan emosional yang kuat dengan konten dengan cepat dan mudah. d) *Menentukan Perubahan*. Untuk mendemonstrasikan dampak proyek penelitian, peneliti perlu menunjukkan perubahan atau solusi yang merupakan hasil dari penelitian yang sedang dibahas. d) *Temukan Kisah dalam Penelitian*. Alasan utama memilih untuk menghasilkan produk media adalah karena menyajikan kesempatan untuk berbagi banyak informasi dalam rentang waktu yang terbatas dan karena memiliki potensi jangkauan global. Tetapi agar ini memiliki efek yang diinginkan, peneliti dan tim media perlu untuk mencari “cerita” dalam penelitian dan menceritakannya, alih-alih membicarakannya. 2) *Fase Pengembangan*. Fase ini terbagi dalam 2 tahap, yakni: a) *Pembuatan Isi Konten Video*. Melakukan pekerjaan secara menyeluruh selama fase penjajakan dapat menghemat banyak waktu ketika saatnya untuk menulis konten dan yang lebih penting, dapat membantu menjaga cerita sesuai dengan topik, dan membantu menghasilkan konten lisan yang sesuai dengan gaya visual yang disepakati. b) *Pembuatan Produk Video*. Dalam langkah ini tim produksi membuat produk dalam tiga tahap: pemotongan pertama, pemotongan akhir, dan

persetujuan penayangan. Tahap ini diakhiri dengan serah terima produk media secara formal dalam bentuk paket media yang disepakati. 3) *Fase Rilis*. Rilis produk tepat waktu sangat penting untuk keberhasilannya. Selama fase ini, rencana rilis dikembangkan selama Fase Penjajakan dilaksanakan. 4) *Fase Review/Peninjauan*. Fase ini peneliti menganalisis dampak dan manfaat produk serta mempertimbangkan pelajaran apa yang didapat. Membuat produk media membutuhkan komitmen yang signifikan baik dari segi biaya dan waktu. *Review* atau peninjauan memungkinkan tim media dan peneliti untuk memperbaiki pendekatan mereka (Czaran et al., 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Fase Penjajakan

Identifikasi Kebutuhan Pasien Isoman

Masing-masing orang memiliki respons yang berbeda terhadap Covid-19. Sebagian besar orang yang terpapar virus ini akan mengalami gejala ringan hingga sedang dan akan pulih tanpa perlu dirawat di rumah sakit. Gejala yang paling umum berupa: demam, batuk, kelelahan, kehilangan rasa atau bau. Gejala yang sedikit tidak umum seperti: sakit tenggorokan, sakit kepala, sakit dan nyeri, diare, ruam pada kulit atau perubahan warna pada jari tangan atau jari kaki, serta mata merah atau iritasi. Sampai pada gejala serius yakni kesulitan bernapas atau sesak napas, kesulitan berbicara atau bergerak, bingung, dan nyeri dada. Hal tersebut juga dirasakan oleh

Bapak Emanuel S. Leuape ketika terpapar virus Covid-19:

“Awalnya saya cukup kalut dengan kondisi kala itu bahkan ketika benar-benar yakin bahwa saya sebenarnya terpapar COVID-19. Sebagai anak kos, saya tinggal sendirian dalam kamar. Kalaupun ada penghuni kos lainnya, tetapi saya tidak dapat berinteraksi banyak karena takut menularkan ke mereka. Beruntung imunitas tubuh saya relatif kuat sehingga dalam keadaan terpapar saya masih beraktivitas dalam kamar, termasuk terus membaca informasi terkait penanganan Covid-19 dan mempraktikkannya.” (EL, 35thn, Dosen)

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Atinul Sakdah, beliau memaparkan hal yang tidak jauh berbeda dengan gejala umum Covid-19:

“Saat itu saya merasakan demam naik turun selama 3 hari, sudah minum Paracetamol hanya demam kembali akhirnya suami memutuskan untuk membawa saya ke RS Leona mengingat kondisi saya yang sedang hamil besar.” (AS, 30thn, IRT)

Pasien Covid-19 juga mengatakan hal yang sama yakni Ibu Katarina Bonang ketika mengalami gejala Covid-19:

“Saya sudah pilek, 5 sampai 6 hari kemudian anak saya Maya, awalnya tes di kantor kemudian hasilnya positif. Jadi pulang ke rumah minta kami dalam rumah tes, jadi saya kena karena waktu itu saya lagi batuk dan pilek. Saya waktu itu tidak bisa cium bau apa-apa tapi rasa makanan masih tetap. Awal saya sempat stres tapi tidak terlalu lama, karena ada anak saya kena juga, jadi setelah itu kami 2 isoman. Saya di kamar belakang.” (KB, 70thn, Pensiunan)

Edukasi dan promosi kesehatan dari puskesmas memegang peran utama dalam penanganan Covid-19 (*coronavirus disease 2019*). Prosedur kesehatan yang direkomendasikan untuk menekan penyebaran penyakit mencakup 5M yaitu: **M**enggunakan masker, **M**encuci tangan, **M**enjaga jarak, **M**engurangi aktivitas di luar rumah, dan **M**enjauhi kerumunan. Orang dengan gejala diharapkan untuk segera memeriksakan diri dengan melakukan tes Covid-19 di puskesmas atau rumah sakit terdekat. Menurut pemaparan ibu Atinul Sakdah, ketika mengalami gejala Covid-19, dia langsung melakukan tes Covid-19 di rumah sakit terdekat:

“Saya melakukan test Covid-19 di RS Leona Kupang.” (AS, 30 thn, IRT)

Setelah melakukan pemeriksaan Covid-19 dan dinyatakan positif terinfeksi virus corona, pengidap tanpa atau dengan gejala ringan diwajibkan untuk melakukan isolasi mandiri di rumah. Jangka waktu isolasi mandiri dilakukan setidaknya selama 10 hari sejak munculnya gejala dan jika masih ada gejala waktunya ditambah. Selain untuk mencegah penularan infeksi, pasien isolasi mandiri dianjurkan fokus beristirahat guna menunjang kesembuhan.

Meskipun pasien Covid-19 sudah sembuh dari berbagai gejala, sebaiknya setelah 10 hari pasien jangan langsung beraktifitas ke luar rumah. Pasien bisa melanjutkan isoman sampai 14 hari guna memastikan sisa-sisa virus sudah benar-benar hilang dari dalam tubuh. Isolasi mandiri harus tetap dilakukan jika tubuh masih mengalami

demam tinggi dan menggigil, pilek, bersin-bersin, batuk atau diare.

Apabila pasien Covid-19 tinggal bersama dengan keluarga, maka disarankan untuk berada di kamar saja. Anggota keluarga yang sebelumnya berinteraksi dengan pengidap disarankan untuk melakukan pemeriksaan untuk mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan. Setelah melakukan isolasi mandiri selama 10 hari, maka pasien dapat menghentikannya jika sudah tidak memiliki gejala apapun, sudah tidak mengalami batuk, sudah mendapatkan kembali indera penciuman dan perasa.

Isolasi mandiri di rumah harus dilakukan secara benar guna memutus mata rantai penularan. Apabila salah dalam pengaplikasian, isolasi mandiri justru akan memunculkan kluster keluarga. Orang yang terinfeksi virus Corona bisa menjalankan isolasi mandiri di rumah tanpa menularkan ke anggota keluarga yang lain. Untuk mencegah penularan Corona sesama anggota keluarga, setiap orang harus memperhatikan berbagai ketentuan.

Bapak Emanuel S. Leuapa menjelaskan betapa pentingnya menjalankan isolasi mandiri dirumah:

“Saya kira ini menjadi kewajiban bagi semua pasien. Covid-19 mudah menular melalui interaksi langsung, maka penting untuk menjaga jarak. Salah satunya isolasi mandiri bagi pasien yang terpapar. Lebih dari sebuah anjuran medis, isolasi mandiri merupakan bentuk kepedulian sosial kita pada keselamatan orang lain.” (EL, 35 thn, Dosen)

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ibu Katarina Bonang mengingat pentingnya isolasi mandiri bagi pasien isoman:

“Sangat penting, supaya jangan jangkit ke orang lain. Jangan menular ke orang lain apalagi kalau kita tidak tertib pakai masker.” (KB, 70 thn, Pensiunan)

Pasien isoman sudah seharusnya diberikan edukasi mengenai pentingnya isolasi mandiri. Puskesmas maupun rumah sakit yang merawat pasien memiliki kewenangan untuk menerbitkan surat pernyataan bahwa seseorang wajib memulai atau telah menyelesaikan isolasi mandiri sebagai bentuk legalitas, serta pernyataan seseorang dapat absen dari pekerjaan atau sudah dapat kembali bekerja setelah menyelesaikan isolasi mandiri.

Salah satu garda terdepan dalam penanggulangan Covid 19 adalah tenaga kesehatan (nakes). Kehadiran mereka dinilai sangat membantu proses penanggulangan pandemi, tidak terkecuali di kota Kupang yang seluruh nakes terlibat dalam proses penanggulangan ini. Dalam setiap proses penanggulangan sejak awal pandemi (tahun 2020) hingga tahun 2022, mereka selalu berpatokan pada SOP kementerian kesehatan RI dan WHO, salah satunya Prokes 3-5M.

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Ike Giri, staf salah satu tim gugus tugas penanggulangan Covid-19 puskesmas BTN Kolhua, ia mengungkapkan bahwa :

“Kalau untuk penanggulangan Covid-19 berpedoman pada pedoman Kemenkes, itu ada 3 T yakni tracing, tracking dan juga

treatment pasien isolasi mandiri.” (IG, 42 thn, ASN)

Berkaitan dengan reaksi pasien ketika dinyatakan terkonfirmasi positif Covid-19, ada berbagai reaksi yang dialami oleh mereka. Mulai dari yang menerima dan menolak ketika dinyatakan positif mengindap Covid-19 oleh pihak nakes setempat. Mereka yang menerima dengan sukarela melakukan isolasi mandiri dan secara terbuka dan berkala melaporkan perkembangan mereka kepada satgas Covid-19. Sedangkan bagi mereka yang menolak seringkali menganggap kasus Covid-19 ini sebagai berita bohong (hoax) atau ada pula yang menggaap kesalahan pemeriksaan medis karena mereka measa baik-baik saja atau sakit biasa. Seperti yang diungkapkan oleh pak Dicky Gumay, staf satgas penanggulangan Covid-19 pada Puskesmas Oepoi.

“Ada 2 reaksinya, yang pertama menolak dan kedua menerima, yang menolak itu dia beranggapan dia bukan Covid, melainkan keluhan batuk pilek biasa dan badan meriang, dan kalau dites itu keadaannya tidak baik sehingga hasilnya positif, pastinya kita lakukan pendekatan menjelaskan tentang Covid itu, cara terbaik menghadapi Covid, kalau menerima syukur puji Tuhan allhamdulillah kita tidak perlu penjelasan panjang lebar.” (DU, 39 thn, Wiraswasta)

Dalam hal edukasi yang diberikan oleh para petugas kesehatan (nakes) satgas penanggulangan Covid-19 kepada pasien yang terkonfirmasi positif Covid-19 saat melakukan isolasi mandiri. Berdasarkan hasil wawancara dengan nakes Ibu Ike Giri dari Puskesmas BTN Kolhua, bahwa saat melakukan komunikasi dengan pasien kami sudah

memberikan berbagai informasi pengarahan saat isolasi mandiri, seperti hal-hal apa saja yang boleh dan tidak boleh dilakukan dan berbagai hal lainnya yang bersifat teknis kesehatan dilakukan oleh dokter.

“Biasanya kalau dari surveillance pada saat mengontak pasien kami sudah langsung menyampaikan apa saja yang harus dilakukan pada saat isolasi mandiri. Apa saja yang boleh dilakukan dan tidak boleh dilakukan. Kalau dari dokter lebih teknis ke medisnya.” (IG, 42thn, ASN)

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Endang Boimau, satgas penanganan Covid-19 UPTD Puskesmas Pasir Panjang. Dalam penjelasannya bahwa terdapat SOP yang mengatur tentang protokol kesehatan dan juga protokol isolasi mandiri bagi mereka yang terkonfirmasi positif Covid-19.

“Ada. SOP Prokes Isoman untuk kasus konfirmasi positif dan panduan isolasi mandiri dan keluarga.” (EB, ASN)

Berkaitan dengan panduan media informasi yang disediakan bagi pasien terkonfirmasi positif Covid-19 dan juga pendampingan juga telah diterapkan sesuai dengan SOP yang berlaku. Hal tersebut diutarakan oleh Ibu Endang Boimau yang merupakan staf satgas penanggulangan Covid-19 pada UPTD Puskesmas Pasir Panjang. Dalam wawancara tersebut ia mengatakan semua prosedur SOP dalam bentuk media *leaflet* disosialisasikan kepada para pasien dan juga mereka melakukan pemantauan secara berkala melalui telepon untuk mengetahui perkembangan kesehatan pasien hingga dinyatakan negatif Covid.

“Ada, panduan yang kami berikan dalam bentuk Leaflet. Proses pemantauan dilakukan berkala dengan melakukan kegiatan kunjungan ke rumah dan pemantauan by phone tentang status keluhan dari mereka yang terkonfirmasi positif.” (EB, ASN)

Dalam kegiatan penelitian ini juga diadakan FGD (*Focus Group Discussion*) antara narasumber ahli dari praktisi tim media, para praktisi tenaga kesehatan dari tim penanggulangan Covid-19 dari berbagai UPTD Puskesmas di Kota Kupang, mantan pasien penyintas Covid-19 dengan paea tim peneliti. Dengan adanya FGD ini dapat menggali informasi mendalam bagaimana media promosi kesehatan dalam hal ini video yang disusun berdasarkan penelitian kita dan informasi dari bapak dan ibu selaku responden dan peserta FDG. Harapannya media promosi kesehatan akan berisi informasi-informasi dan spesifik tentang isolasi mandiri dan bagaimana isolasi mandiri itu harus dilakukan dengan baik dan benar.

Dari hasil FGD ini, peneliti mencoba menggali informasi dan masukan dari sudut pandang tenaga kesehatan yakni para staf satgas penanggulangan Covid-19 yang terdiri dari beberapa instansi UPTD Puskesmas yang tersebar di Kota Kupang khususnya. Peserta nara sumber dari bagian praktisi kesehatan antara lain: Ibu Endang Boimau (Puskesmas Pasir Panjang), Ibu Ivana Leba (Puskemas Sikumana), dan Ibu Helen Lape (Puskesmas Sikumana). Dari berbagai masukan dan pendapat para praktisi/staf penanggulangan Covid-19 ini dapat disimpulkan pada tabel dibawah:

Tabel 2. Masukan dan pendapat Tenaga Kesehatan

Nama	Masukan/Pedapat
1. Endang Boimau	<ul style="list-style-type: none"> Mengunduh langsung video SOP isoman, menyiarkan dan membagikan kepada para pasien isoman karena fasilitas puskesmas yang mendukung Menggunakan media <i>leaflet</i>, testimoni, <i>flyer</i>, video kemenkes, dan spanduk untuk mensosialisasikan isoman.
2. Ivana Leba	<ul style="list-style-type: none"> Bekerja sesuai SOP dari kemenkes dan melakukan 3T terhadap pasien isoman serta pemantauan secara berkala hingga dinyatakan sembuh. Memahami dan menerapkan SOP isoman terkait kebutuhan pasien sesuai SK Kemenkes. Penekanan konten video lebih ke pangalaman mantan pasien/penyintas Covid-19. Menggunakan media <i>leaflet</i>, testimoni, <i>flyer</i>, video kemenkes, spanduk untuk mensosialisasikan isoman.
3. Helen Lape	<ul style="list-style-type: none"> Video tentang SOP Isoman masih belum memadai Menggunakan media <i>leaflet</i>, testimoni, <i>flyer</i>, video kemenkes, dan spanduk untuk mensosialisasikan isoman.

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Fase Pengembangan Media Promosi Kesehatan

Dalam fase pengembangan media promosi kesehatan tentang isolasi mandiri bagi pasien Covid-19 terbagi dalam 2 tahap. Pada tahap pertama yakni pembuatan isi konten video. Melakukan pekerjaan secara menyeluruh selama fase penajakan dapat menghemat banyak waktu ketika saatnya untuk menulis konten dan yang lebih penting dapat membantu menjaga cerita sesuai dengan topik dan membantu menghasilkan konten lisan yang sesuai dengan gaya visual yang disepakati. Dalam tahap ini dibuat *storyboard*

yang memudahkan pengambilan video. *Storyboard* dapat memvisualisasikan ide yang akan dibangun sehingga dapat memberikan gambaran dari video yang akan dihasilkan. *Storyboard* dapat dikatakan juga sebagai sebuah *visual script* yang akan dijadikan *outline* dari sebuah proyek dan ditampilkan *shot by shot* yang biasa disebut dengan istilah *scene*.

Pada tahap kedua, pembuatan produk video. Dalam langkah ini tim produksi membuat produk dalam 3 tahap: pemotongan pertama, pemotongan akhir, dan persetujuan penayangan. Tahap ini diakhiri dengan serah terima produk media secara formal dalam bentuk paket media yang disepakati. Adapun beberapa potongan *scene* video promosi kesehatan tentang isolasi mandiri bagi orang positif Covid-19.



Sumber: CNN, 2020

Gambar 2. Scene Awal Yang Menjelaskan Tentang Kasus Corona Pertama Di Indonesia

Dalam *scene* awal ini menampilkan pemberitaan tentang kasus Corona pertama di Indonesia yang disajikan dalam bentuk data agar masyarakat yang menyaksikan video tersebut mendapat gambaran tentang Covid-19.



Sumber : Penulis, 2022

Gambar 3. Pada Scene Ini Menampilkan Tokoh Utama Yang Baru Saja Keluar Dari Rumahnya Untuk Berjualan

Pada *scene* berikutnya menampilkan tokoh utama yang berprofesi sebagai seorang penjual keliling yang sedang keluar dari rumahnya untuk menjajakan dagangannya menggunakan motor tanpa menggunakan masker kesehatan. Dalam *scene* ini belum terlihat tokoh utama tersebut mengalami gejala flu dan batuk.



Sumber: Penulis, 2022

Gambar 4. Pada Scene Ini Menampilkan Tokoh Utama Yang Sedang Berjualan Sayur Tanpa Menggunakan Masker

Pada *scene* ini tampil tokoh utama memarkirkan kendaraan roda dua dan tampak juga ibu-ibu yang sedang ingin membeli sayur mayur tanpa menggunakan masker kesehatan.



Sumber: Penulis, 2022

Gambar 5. Pada Scene Ini Menampilkan Tokoh Utama Sedang Dalam Keadaan Batuk-Batuk Disertai Demam Didampingi Sang Istri

Pada *scene* berikutnya, tampak tokoh utama menunjukkan gejala sakit batuk, pilek, dan demam. Sang istri meminta kepada tokoh utama agar memeriksakan diri ke puskesmas terdekat .



Sumber: Penulis, 2022

Gambar 6. Pada Scene Ini Menampilkan Tokoh Utama Yang Baru Saja Sampai Di Puskesmas

Pada *scene* ini, tokoh utama berkunjung ke puskesmas untuk memeriksakan diri. Setibanya di sana, perawat meminta kepada tokoh utama untuk melakukan *swab antigen*.



Sumber: Penulis, 2022

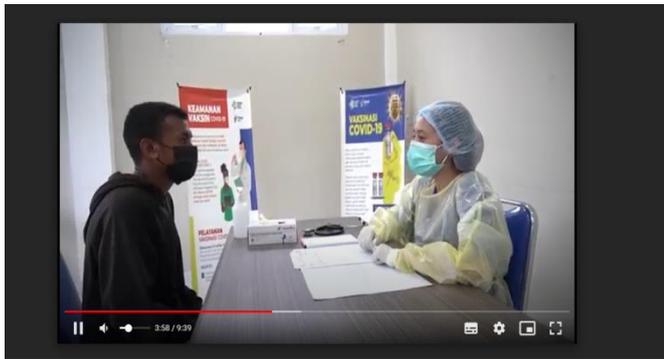
Gambar 7. Pada Scene Ini Menampilkan Tokoh Utama Sedang Melakukan Swab Antigen

Pada *scene* ini menampilkan perawat sedang melakukan *swab antigen* untuk mencari tahu kondisi kesehatan dari tokoh utama.

Sumber: Penulis, 2022

Gambar 9. Pada *Scene* Ini Menampilkan Tokoh Utama Yang Sedang Melakukan Isoman Rumahnya

Pada *scene* berikut ini tokoh utama sedang melakukan isolasi mandiri di rumah. Istrinya mengantarkan makanan hanya sampai depan pintu kamar saja, kemudian tokoh utama melakukan aktivitas keseharian di dalam kamar tanpa melakukan kontak fisik langsung dengan anggota keluarga.



Sumber: Peneliti, 2022

Gambar 8. Pada *Scene* Ini Menampilkan Dokter Dengan Menyampaikan Hasil Swab Bahwa Tokoh Utama Terpapar Covid-19 Dan Harus Menjalani Isoman

Pada *scene* ini, tokoh utama mendapat penjelasan dari dokter tentang status kesehatannya. Berdasarkan hasil *swab antigen* diketahui bahwa tokoh utama positif terpapar Covid-19. Dalam *scene* ini juga, dokter menyampaikan hal-hal yang harus dilakukan ketika melakukan isolasi mandiri dirumah.



Sumber: Penulis, 2022

Gambar 10. Pada *Scene* Ini Menampilkan Tokoh Utama Yang Telah Sehat Kembali Setelah Melakukan Isolasi Mandiri Dan Bisa Beraktivitas Seperti Sedia kala

Pada *scene* ini menampilkan tokoh utama yang telah sehat dan melakukan aktivitas seperti sedia kala. Kembali mencari nafkah untuk keluarga dan tidak lupa untuk mengenakan masker ke mana pun pergi.

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini menerapkan model pengembangan yang terkini, yakni *The Four Phase Media Development Model to Tell Your Research Story*. Menurut Czaran et al (2017)



terdapat 4 fase dalam pengembangan model tersebut, yaitu: Fase Penjajakan, Fase Pengembangan, Fase Rilis, dan Fase *Review*.

Pada saat melakukan Fase Penjajakan, peneliti telah melakukan identifikasi kebutuhan/manfaat dari penelitian ini. Pada identifikasi audiens, peneliti menyertakan beberapa komponen dalam pembuatan video edukasi ini, yakni melibatkan pasien yang pernah terkonfirmasi Covid-19, tenaga kesehatan meliputi (kepala laboratorium, tim promosi kesehatan dan tim *surveillance*) di empat puskesmas yang ada di Kota Kupang, seperti: Puskesmas Oebobo, Puskesmas Pasir Panjang, Puskesmas Oepoi, dan Puskesmas Sikumana.

Dalam pendekatan visual, produk media tentang kehidupan nyata yang mana telah melakukan *brainstorming* yang melibatkan pasien isoman, tenaga kesehatan, dan profesional di bidang media agar menghadirkan produk video yang artistik, menarik, mudah dipahami, dan dapat membangkitkan hubungan emosional yang kuat dengan konten dengan mudah dan cepat.

Fase Penjajakan

Identifikasi Kebutuhan Dan Manfaat

Pada fase ini dilakukan pemetaan identifikasi kebutuhan utama terkait kebutuhan utama dalam membuat video promosi kesehatan. Informan ahli media dalam FGD berpendapat bahwa pada dasarnya dalam membuat video, kita harus tahu terlebih dahulu kontennya, apa yang ingin disampaikan dengan cara penyampaian berbeda-beda tentu juga harus mencari intisari paling sederhana berkaitan dengan video. Konten

tentang isolasi mandiri, diusulkan harus dibuat 30-60 detik, ringkas mungkin. Selain itu, gaya penyampaian apakah *full* teknis atau menggunakan bahasa yang lembut. Kita perlu tahu seberapa penting isu ini dan juga memberikan alasan kenapa itu penting. Video yang disampaikan secara teknis *hard* maupun *soft* tidak salah. Apabila disimpulkan yang harus dilakukan adalah dengan menentukan konten, gaya penyampaian dan gaya bahasa (sesuai konteks), dan fokus pada konten.

Selain itu, salah satu informan Pasien Isoman, Eman Leuape yang melalui FGD berpendapat bahwa kita harus mulai dengan mengumpulkan persepsi yang salah tentang isoman yang ada di masyarakat. Selanjutnya bisa dilanjutkan dengan beberapa tahapan, diantaranya: segmentasi informasi (baik yang melek teknologi dan juga gagap teknologi), sasaran video, video Isoman tidak hanya berkaitan dengan pasien tetapi keluarga maupun orang sekitar lingkungan tempat tinggal, adanya petunjuk untuk keluarga. 1) *Identifikasi Audiens*. Setelah mengidentifikasi kebutuhan utama, audiens utama akan ditentukan. Pilihan audiens utama secara signifikan akan mempengaruhi keputusan tentang jenis media, gaya, dan konten. Target audiens utama yang ditentukan dalam FGD sebagai berikut: masyarakat umum, pasien dan keluarga dari pasien, serta tetangga tetangga sekitar. 2) *Pendekatan Visual*. Produk media pada dasarnya adalah tentang gambar bergerak atau diam, animasi atau kehidupan nyata. Tujuan di balik kegiatan ini bukan untuk pendekatan visual yang menghadirkan produk artistik tetapi untuk

menciptakan produk yang menarik, mudah dipahami dan dapat membangkitkan hubungan emosional yang kuat dengan konten dengan cepat dan mudah. Pendekatan visual yang digunakan dalam video ini adalah pendekatan *soft approach*. Hal ini dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa dengan pendekatan ini pesan kesehatan yang mau disampaikan dikemas secara tersirat dalam bentuk bujukan tanpa menggurui yang mampu menyentuh emosi audiensnya. Selain itu, pesan akan mudah diterima oleh masyarakat kalau cara penyampaian pesannya dibuat berpihak pada masyarakat. 3) *Menentukan Perubahan*. Adapun perubahan yang ingin dicapai melalui video ini adalah perubahan kognitif/pengetahuan, sikap, perilaku, dan perubahan sikap kemudian mampu menjadi *Agent Of Change* dalam mempromosikan pesan kesehatan terkait isoman. Audiens yang menonton video ini selain tergugah, juga termotivasi untuk membagikan informasi. Bukan hanya penikmat dan menjadi tolak ukur informasi bagi keluarga mereka. 4) *Temukan Kisah dalam Penelitian*. Alasan utama menghasilkan produk media adalah karena menyajikan kesempatan untuk berbagi banyak informasi dalam rentang waktu yang terbatas dan karena memiliki potensi jangkauan global. Tetapi agar ini memiliki efek yang diinginkan, peneliti dan tim media perlu untuk mencari cerita dalam penelitian dan menceritakannya, alih-alih membicarakannya. Ini dicapai dengan mengizinkan gambar untuk menggantikan atau melengkapi beberapa atau semua dari apa yang secara tradisional akan disampaikan dalam kata-kata. Konten yang

dihasilkan harus *relatable* dan mudah dicerna oleh audiens yang ditargetkan. Tujuannya supaya penonton merasakan hubungan emosional yang kuat dengan konten, mengarahkan mereka ke perubahan perilaku.

Fase Pengembangan

Rancangan Video yang diputuskan saat FGD berdurasi 9 menit 39 detik. Informasi yang dirasa penting untuk dimasukkan dalam video adalah informasi mengenai isolasi mandiri. Alasan seseorang yang terkonfirmasi positif Covid-19 melakukan isolasi mandiri demi melindungi keluarga dan lingkungan sekitar. Lingkungan sosial dan Satgas Covid-19 memberikan motivasi dan semangat untuk pasien isolasi mandiri, pentingnya melakukan isolasi mandiri, hal-hal yang harus dilakukan selama isoman/aktivitas apa yang dilakukan selama isoman, serta *mental caring* bagi pasien Covid-19.

Fase Rilis

Video dirilis ke akun *youtube* Prodi Ilmu Komunikasi sesudah mendapatkan *Copyright*.

Fase Review

Di fase ini peneliti menganalisis dampak dan manfaat produk serta juga mempertimbangkan pelajaran apa yang didapat. Membuat produk media membutuhkan komitmen yang signifikan baik dari segi biaya dan waktu. *Review* atau peninjauan memungkinkan tim media dan peneliti untuk memperbaiki pendekatan mereka

Berdasarkan hasil FGD yang harus mereview adalah semua *stakeholders* serta masyarakat

sasaran dalam hal ini adalah audiens yang sudah pernah menonton video tersebut. Bentuk *review* yang dipilih adalah video *impression* dan/atau kuesioner/angket.

SIMPULAN

Adapun kesimpulan yang bisa ditarik dalam penelitian ini adalah dalam pembuatan media promosi kesehatan hendaknya memperhatikan beberapa hal penting yakni menentukan konten yang diinginkan, menentukan gaya penyampaian, dan gaya bahasa yang sesuai dengan konteks kultur dan budaya setempat serta menggunakan pola pendekatan yang *soft approach* sehingga informasi atau pesan kesehatan yang mau disampaikan bisa dikemas dengan sesederhana mungkin dan sehalus mungkin sehingga tidak ada kesan menggurui.

Durasi yang dibuat paling lama 5 menit. Hal ini dikarenakan di era digitalisasi saat ini perhatian audiens akan mudah teralihkan. Kecenderungan untuk menonton cepat membuat durasi dari media-media promosi kesehatan dalam bentuk video dikemas sependek dan seringkas mungkin.

Pentingnya untuk mengidentifikasi stigma atau juga persepsi yang salah terkait isoman Covid-19 lalu dilanjutkan dengan segmentasi informasi, baik yang masyarakat yang melek teknologi dan juga gagap teknologi. Sehingga media penyebaran atau cara penyebaran informasinya bisa disesuaikan. Penting untuk menentukan sasaran audiensnya. Dengan begitu, akan mudah untuk menentukan gaya dan pilihan bahasa. Sehingga video yang dibuat tepat sasaran.

Bentuk *review* yang terkini bisa digunakan di mana audiens yang sudah pernah menonton diminta untuk membuat video *impression* saat menonton video promosi kesehatan terkait isolasi mandiri yang sudah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adventus, Jaya, I. M. M., & Mahendra, D. (2019). *Buku Ajar Promosi Kesehatan*. In Universitas Kristen Indonesia. Program Studi Diploma Tiga Keperawatan Fakultas Vokasi Universitas Kristen Indonesia Jakarta 2019. <http://repository.uki.ac.id/2759/1/BUKUMODULPROMOSIKESEHATAN.pdf>
- Aisah, S., Ismail, S., & Margawati, A. (2021). *Edukasi Kesehatan Dengan Media Video Animasi: Scoping Review*. *Jurnal Perawat Indonesia*, 5(1), 641–655. <https://doi.org/10.32584/jpi.v5i1.926>
- Branch, R. M. (2009). *Instructional Design: The ADDIE Approach*. Springer US. <https://books.google.co.id/books?id=mHSwJPE099EC>
- Chen, Q., Min, C., Zhang, W., Ma, X., & Evans, R. (2021). *Factors Driving Citizen Engagement With Government TikTok Accounts During the COVID-19 Pandemic: Model Development and Analysis*. *J Med Internet Res*, 23(2), e21463. <https://doi.org/10.2196/21463>
- Czaran, E., Wolski, M., & Richardson, J. (2017). *Improving Research Impact through the Use of Media*. *Open Information Science*, 1(1), 41–55. <https://doi.org/10.1515/opis-2017-0004>
- de Vere Hunt, I., Dunn, T., Mahoney, M., Chen, M., Zhang, L., Bousheri, S., Bernard, D., & Linos, E. (2021). *A social media-based campaign to promote COVID-19 vaccine uptake in underrepresented groups in the US*. *European Journal of Public Health*, 31(Supplement_3), ckab165.170. <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckab165.170>

- Ernawati, Aeda. (2022). *Media Promosi Kesehatan Untuk Meningkatkan Pengetahuan Ibu Tentang Stunting*. Jurnal Litbang. Vol. 2, No.2, 139-152. .DOI: <https://doi.org/10.33658/jl.v18i2.324>
- FISIP Undana. (2020). *Peta jalan riset, pengabdian & pengajaran fisip undana (2020 – 2024)*.
- Hamimah, & Azinar, M. (2020). *Penyuluhan Kesehatan melalui Media Video Explainer Berbasis Sparkol Videoscribe*. Higeia Journal of Public Health Research and Development, 4(4), 535–542.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2020). *Pedoman Kesiapan Menghadapi Coronavirus Disease (COVID-19)*. Direktorat Jenderal Pencegahan Dan Pengendalian Penyakit. https://infeksiemerging.kemkes.go.id/download/REV-02_Pedoman_Kesiapsiagaan_COVID-19__Versi_17_Feb_2020_fix.pdf
- Lembaga Penelitian Undana. (2015). *Rencana Induk Penelitian Universitas Nusa Cendana Tahun 2016-2020*.
- Safitri, Lina Eta; Agustikawati, Nurlaila; Adekayanti, Putri. (2022). *Peningkatan Pemahaman Mahasiswa Terhadap Pembuatan Media Promosi Kesehatan*. Jurnal Pengabdian Ilmu Kesehatan, 2(2), 22–27. <https://doi.org/10.55606/jpikes.v2i2.267>
- Notoatmojo, S. (2012). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. In Jakarta: Rineka Cipta (edisi revisi 2012). Rineka Cipta.
- Richey, R. C., & Klein, J. D. (2014). *Design and Development Research: Methods, Strategies, and Issues*. Taylor & Francis. <https://books.google.co.id/books?id=kvkJBA-AAQBAJ>
- Sadiman, A., Rahardjo, R., Haryono, A., & Rahardjito, R. (2011). *Media Pendidikan : Pengertian, pengembangan, dan pemanfaatannya* / (15th ed.). Rajawali Pers. http://library.fis.uny.ac.id/opac/index.php?p=show_detail&id=3429
- Sulaiman, O. K. (2020). *Pohon Keputusan Isolasi Pencegahan Penyebaran COVID-19 dengan Iterative Dichotomiser 3 (ID3)*. Green Press. In Mesran (Ed.), *Merdeka Kreatif di Era Pandemi COVID-19: Suatu Pengantar (1st ed., p. 118)*. Green Press. https://www.google.co.id/books/edition/Merdeka_Kreatif_di_Era_Pandemi_Covid_19/Nxv5DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Thiagarajan, S., Semmel, D. S., & Semmel, M. I. (1974). *Instructional development for training teachers of exceptional children: A sourcebook*. In The Leadership Training Institute/Special Education, University of Minnesota; The Center for Innovation in Teaching the Handicapped (CITH), Indiana University; The Council for Exceptional Children (CEC), and The Teacher Education Division of CEC (Issue 1). [https://doi.org/10.1016/0022-4405\(76\)90066-2](https://doi.org/10.1016/0022-4405(76)90066-2)
- Widyawati. (2022). *Pasien Positif COVID-19 Tanpa Gejala Cukup Isoman*. Sehat Negeriku. <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilis-media/20220204/1139250/pasien-positif-COVID-19-tanpa-gejala-cukup-isoman/>
- Winkel, W. . (2012). *Psikologi Pengajaran*. Media Abadi. <https://onsearch.id/Record/IOS6530.ai:slims-3093>
- Yudiasari, N., & Widati, S. (2021). *Pengembangan Media Promosi Kesehatan Tentang Bahaya Penggunaan Earphone Mahasiswa Universitas Airlangga Di Surabaya*. Preventif: Jurnal Kesehatan Masyarakat, 12(1), 57–86. <https://doi.org/10.22487/preventif.v12i1.182>

Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor
HK.01.07/MENKES/4641/2021 tentang
Panduan Pelaksanaan Pemeriksaan,
Pelacakan, Karantina, dan Isolasi dalam
Rangka Percepatan Pencegahan dan
Pengendalian *Coronavirus Disease* 2019
(COVID-19)