

Strategi Komunikasi Kampanye Kesehatan Marisza Cardoba Foundation (MCF) pada Program Nasional Senyum Indonesiaku

Satya Candrasari¹, Nani Kurniasari²
Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, Jakarta

Submitted : 05 Desember 2020

Accepted : 25 Januari 2021

Published : 30 Januari 2021

ABSTRAK

Marisza Cardoba Foundation (MCF) merupakan salah satu yayasan yang peduli akan penyakit autoimune, dan memiliki misi untuk mengkomunikasikan tentang bahaya penyakit autoimune kepada masyarakat pada umumnya dan para penyintas pada khususnya melalui komunikasi kampanye kesehatan pada Program Nasional Senyum Indonesiaku. MCF melakukan beberapa strategi komunikasi dalam kampanye kesehatan guna tercapai tujuannya tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi kampanye kesehatan MCF pada Program Nasional Senyum Indonesiaku. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi kampanye yang digunakan MCF adalah sinergi berbagai elemen masyarakat; mengangkat isu autoimunitas sebagai isu penetrasi ke masyarakat; mendirikan portal informasi untuk autoimun dan lima dasar hidup sehat; mendorong penerapan Lima Dasar Hidup Sehat; dan Pemberdayaan penyandang autoimun. Kegiatan bersama Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia dilakukan MCF dalam rangka sosialisasi dan mengedukasi masyarakat mengenai penyakit autoimun. Kegiatan kampanye kesehatan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan masyarakat dan mereka menjadi lebih peduli akan pentingnya kesehatan.

kata kunci : marisza cardoba foundation, penyintas autoimun, program nasional senyum Indonesiaku, strategi komunikasi kampanye kesehatan.

ABSTRACT

Marisza Cardoba Foundation (MCF) is one of the foundations that cares about autoimmune diseases, and has a mission to communicate about the dangers of autoimmune disease to the public in general and survivors in particular through health campaign communications in the National Smile Indonesia Program. MCF carries out several communication strategies in health campaigns in order to achieve these goals. The purpose of this study was to determine the MCF health campaign communication strategy in the Senyum Indonesiaku National Program. This research uses qualitative methods with a descriptive approach. The results of his research shows that the campaign communication strategy used by MCF were the synergy of various elements of society; raising the issue of autoimmunity as an issue of penetration into society; establishing an information portal for autoimmune and the five basics of healthy living; encouraging the application of the Five Foundations of Healthy Living; and Empowering people with autoimmune. MCF conducted joint activities with the Ministry of Women's Empowerment and Child Protection in the context of socializing and educating the public about autoimmune diseases. This health campaign activity is expected to increase people's knowledge and they will become more concerned about the importance of health.

Keywords: *marisza cardoba foundation, autoimmune survivor, my Indonesian smile national program, health campaign communication strategy.*

Korespondensi: Satya Candrasari, S.Sos., M.I.Kom. Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis. Jl. Pulomas Selatan Kav.22, Jakarta Timur-13210. Email: satya.candrasari@kalbis.ac.id

PENDAHULUAN

Komunikasi kesehatan sangatlah penting untuk mengedukasi masyarakat atau komunitas tertentu agar mereka menyadari akan pentingnya suatu informasi kesehatan tersebut. Komunikasi kesehatan dengan cara kampanye kesehatan ini berusaha mengubah iklim sosial untuk mendorong masyarakat menjalankan hidup sehat atau perilaku sehat, menciptakan kesadaran masyarakat, mengubah sikap dan memotivasi individu untuk mengadopsi perilaku yang direkomendasikan.

Dalam rangka mengedukasi masyarakat tentang bahaya penyakit autoimun dan membangun kesadaran masyarakat tentang penyakit autoimun Marisza Cardoba Foundation (MCF) melakukan komunikasi kampanye kesehatan melalui suatu Program Nasional Senyum Indonesiaku. Komunikasi kampanye kesehatan yang dilakukan oleh MCF terlaksana karena berkat adanya strategi komunikasi yang mereka terapkan. Sasaran kampanye kesehatan yang dilakukan oleh MCF adalah seluruh masyarakat, khususnya para penyintas autoimun di Indonesia. Strategi komunikasi menjadi hal yang sangat penting dari kesuksesan komunikasi di dalamnya karena dengan strategi yang matang maka komunikasi dapat berjalan dengan maksimal dan tepat sasaran.

Melalui Program Nasional Senyum Indonesiaku, MCF bersama Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia memiliki visi “Senyum Indonesia bersama autoimun sehat dan berkarya” dan misi program yaitu yang pertama, membangun kesadaran masyarakat tentang autoimun; kedua, mendorong penerapan Lima Dasar Hidup Sehat (LDHS) oleh keluarga Indonesia; dan yang ketiga, pemberdayaan penyandang autoimun.

Banyak masyarakat yang belum mengetahui “apa itu autoimun?”, dalam buku *Autoimmune The True Story* yang ditulis oleh Marisza Cardoba Foundation (2017) Autoimun adalah kondisi ketika sistem kekebalan (imunitas) tubuh seseorang mengalami kekhilafan sehingga menyerang jaringan sehat dan menimbulkan keluhan kronis (berulang). Oleh karena itu, pola yang terjadi pada autoimun sering dikatakan mirip kanker, tapi jelas berbeda karena perusakan

jaringan sehat pada kanker dilakukan oleh sel mutan. Di Amerika Serikat, autoimun menduduki urutan ketiga penyakit mematikan yang dialami oleh 50 juta jiwa (15,5% dari total penduduk). Dari angka tersebut, 80%-nya adalah perempuan dan anak-anak. Oleh karena itu, autoimun dikatakan sebagai penyakit perempuan dan anak-anak.

Di Indonesia jumlah penyintas autoimun masih menjadi fenomena gunung es. Bukan tidak mungkin Indonesia memiliki prevalensi yang sama dengan Amerika Serikat (15,5% dari sekitar 250 juta penduduk) yaitu hampir 40 juta jiwa. Oleh karena itu, Pemerintah Republik Indonesia melalui Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia, bersama-sama dengan Marisza Cardoba Foundation (MCF), terus melakukan upaya edukasi, pemberdayaan penyintas, serta pendataan. Di antaranya, membentuk *support group* melalui media *WhatsApp* dengan harapan dapat berkomunikasi intensif dengan para penyintas di seluruh Indonesia. Dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, *WhatsApp Group* (WAG) ini telah menjembatani lebih dari 1.600 penyintas untuk berinteraksi langsung dan saling bertukar ilmu serta mendapatkan dukungan. Selain itu WAG secara rutin menghadirkan para narasumber medis dan profesional untuk mengedukasi tentang autoimun dan pengendaliannya melalui penerapan Lima Dasar Hidup Sehat (LDHS). Hasilnya, secara signifikan kualitas kesehatan para penyintas pun meningkat karena adanya keselarasan antara pengobatan medis yang diberikan oleh dokter dan pola hidup sehat yang diterapkan pasien. Dengan supervisi dokter, secara bertahap kondisi remisi (bebas obat dengan gejala autoimun terkendali) pun dapat dicapai. (Marisza Cardoba Foundation, 2017).

Penyakit ini akan sangat mengganggu aktivitas seseorang (penyintas autoimun) dikarenakan kondisi autoimun ini tidak bisa disembuhkan dan mengharuskan pasien selalu mengkonsumsi obat. Menurut para ahli kesehatan, penyakit ini belum bisa dipastikan penyebabnya namun biasanya karena faktor genetik atau keturunan, lingkungan atau gaya hidup dan pola makan. Studi epidemiologi di dunia telah mencatat bahwa terdapat sekitar lebih dari 100 jenis penyakit autoimun di dunia dan salah satunya adalah Lupus. Gejala penyakit autoimun sulit untuk didiagnosis sehingga sering dijuluki “penyakit 1000 wajah.

Rata-rata penyintas mengakui mengalami perasaan terpuruk, terlebih karena situasi ini tidak dipahami oleh diri mereka sendiri dan kebanyakan orang. Kesadaran masyarakat tentang autoimun memang masih sangat minim.

Dari penjelasan latar belakang tersebut di atas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Kampanye Kesehatan Marisza Cardoba Foundation (MCF) pada Program Nasional Senyum Indonesiaku”.

Berdasarkan uraian latar belakang maka penulis merumuskan permasalahan penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi kampanye kesehatan Marisza Cardoba Foundation (MCF) pada Program Nasional Senyum Indonesiaku?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi kampanye kesehatan Marisza Cardoba Foundation (MCF) pada Program Nasional Senyum Indonesiaku.

Berlangsungnya proses komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan mengenai hal-hal yang dikomunikasikan ataupun kepentingan tertentu. Komunikasi dapat berlangsung apabila ada pesan yang akan disampaikan dan terdapat pula umpan balik dari penerima pesan yang dapat diterima langsung oleh penyampai pesan. Selain itu komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu, merubah sikap, pendapat atau perilaku baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media. Dalam komunikasi memerlukan adanya hubungan timbal balik antara penyampai pesan (komunikator) dan penerimanya yaitu komunikan.

Menurut Carl I. Hovland dalam Effendy (2007), mengatakan bahwa ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian seseorang terhadap orang lain.

Komunikasi adalah proses pengoperasian rangsangan (stimulus) dalam bentuk lambang atau simbol bahasa atau gerak (non-verbal), untuk mempengaruhi perilaku orang lain. Stimulus atau rangsangan ini dapat berupa suara/bunyi atau bahasa lisan, maupun berupa gerakan, tindakan atau simbol-simbol yang diharapkan dapat dimengerti oleh pihak lain, dan pihak lain merespon atau bereaksi sesuai dengan maksud pihak yang memberikan stimulus. Menurut

Liliweri (2013), komunikasi dapat diartikan sebagai pengalihan suatu pesan dari satu sumber kepada penerima agar dapat dipahami.

Proses komunikasi biasanya melibatkan dua pihak, baik antar individu dengan individu, individu dengan kelompok atau antar kelompok dengan kelompok yang berinteraksi dengan aturan-aturan yang disepakati bersama. Adapun fungsi komunikasi itu sendiri yakni: (1) Untuk menyampaikan pesan (informasi) atau menyebarkan informasi kepada orang lain. Artinya, dari penyebaran informasi ini diharapkan penerima informasi akan mengetahui apa yang ingin diketahui. (2) Untuk menyampaikan pesan (informasi) atau menyebarkan informasi yang bersifat mendidik orang lain. Artinya, dari penyebaran informasi ini diharapkan penerima informasi akan menambah pengetahuan tentang sesuatu yang ingin diketahui. (3) Untuk memberikan instruksi kepada penerima pesan. (4) Untuk mempengaruhi dan mengubah sikap penerima pesan.

Definisi komunikasi kesehatan melekat pada hubungan konseptual antara “komunikasi” dengan “kesehatan” sehingga konsep komunikasi memberikan peranan pada kata yang mengikutinya.

Pengertian komunikasi kesehatan menurut Liliweri adalah studi yang mempelajari bagaimana cara menggunakan strategi komunikasi untuk menyebarkan informasi kesehatan yang dapat mempengaruhi individu dan komunitas agar mereka dapat membuat keputusan yang tepat berkaitan dengan pengelolaan kesehatan (Liliweri, 2013).

Liliweri juga mengatakan, komunikasi kesehatan adalah merupakan studi yang menekankan peranan teori komunikasi yang dapat digunakan dalam penelitian dan praktek yang berkaitan dengan promosi kesehatan dan pemeliharaan kesehatan.

Banyak sekali teori, model dan perspektif mengenai komunikasi kesehatan. Namun menurut Liliweri semua model teoretik maupun praksis itu meliputi : (1) Komunikasi persuasif atau komunikasi yang berdampak pada perubahan perilaku kesehatan. (2) Faktor-faktor psikologis individual yang memengaruhi persepsi terhadap kesehatan meliputi stimulus, bagaimana mengorganisir stimulus, interpretasi dan evaluasi, memori dan recall. (liliweri, 2013). (3) Pendidikan kesehatan (*health education*) yang bertujuan memperkenalkan perilaku hidup

sehat melalui informasi dan pendidikan kepada individu dengan menggunakan aktivitas material maupun terstruktur. (4) Pemasaran sosial yang bertujuan untuk memperkenalkan atau mengubah perilaku positif melalui prinsip-prinsip pemasaran dengan mengintervensi informasi kesehatan yang bermanfaat bagi komunitas. (5) Penyebarluasan informasi kesehatan melalui media. (6) Advokasi, pendampingan melalui komunitas, kelompok atau media massa yang bertujuan untuk memperkenalkan kebijakan, peraturan, dan program-program untuk memperbaharui kesehatan. (7) Resiko komunikasi bertujuan untuk menyebar luaskan informasi yang benar mengenai resiko yang dihadapi oleh masyarakat terhadap informasi mengenai kesehatan termasuk dampak penggunaan informasi yang salah mengenai kesehatan, dan mengusulkan cara-cara untuk mengatasi kesalahan informasi. (8) Komunikasi dengan pasien meliputi informasi untuk seorang individu misalnya informasi yang berkaitan dengan kondisi kesehatan individu, bagaimana memaksimalkan perawatan, pemberian terapi, atau penyampaian pendekatan alternatif, termasuk dalam tema ini adalah bagaimana melayani pasien secara komunikatif. (9) Informasi kesehatan untuk para konsumen untuk satu aktivitas komunikasi yang ditujukan kepada para individu/konsumen demi membantu individu untuk memahami kesehatan individu, bagaimana individu membuat keputusan yang berkaitan dengan kesehatan individu, kesehatan keluarga, misalnya berhubungan dengan penyedia jasa kesehatan, asuransi kesehatan atau aspek pemeliharaan kesehatan jangka panjang. (10) Strategi komunikasi yang menjadi desain pilihan : Komunikasi kesehatan, Pesan-pesan kesehatan, Media kesehatan, Komunikasi kesehatan, Mereduksi hambatan komunikasi, Menentukan atau memilih konteks komunikasi kesehatan.

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2007).

Demikian pula strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana

operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi.

Marisza Cardoba Foundation (MCF) adalah *The First Autoimmune Foundation in Indonesia. Empowers women, children, and the disable especially those who live with autoimmunity*. MCF didirikan oleh Marisza Cardoba, seorang autoimmunpreneur (wirausaha autoimun) yang lahir di Bandung, Jawa Barat-Indonesia pada Desember 1982. Ia adalah korban kekerasan seksual saat masih berusia 3 tahun 8 bulan, dan menjalani kehidupan yang tangguh sejak divonis mengidap penyakit autoimun pada usia 4 tahun hingga saat ini. Sebagai penyintas autoimun ia pernah mengalami *silent disability* selama 25 tahun, yakni hanya beraktivitas 5-6 jam dalam sehari.

Menyadari bahwa latar belakang munculnya autoimun adalah faktor genetika (25%) serta faktor pola hidup dan lingkungan (75%), maka ia menerapkan pola hidup sehat holistik anjuran para ahli yang dirangkum dan diperkenalkan kepada masyarakat luas sebagai Lima Dasar Hidup Sehat (LDHS). Setelah 25 tahun menggantungkan dirinya pada obat-obatan, akhirnya ia mencapai remisi (kondisi bebas obat dengan gejala autoimun yang terkendali) karena penerapan LDHS secara holistik, disiplin, dan berkelanjutan. Saat ini ia mampu beraktivitas 14-16 jam sehari.

Marisza Cardoba Foundation (MCF) adalah wadah pelayanan yang didirikannya pada tahun 2012 bersama DR.dr. Andhika Rachman, Sp. PD., KHOM. Diawali dengan sosialisasi autoimun jenis ITP dan memberikan Tes MAIPA gratis, hingga kampanye autoimun nasional. MCF dikembangkan bersama para penyintas dan pemerhati, yang telah menjadi jembatan bagi ribuan perempuan, anak, serta para difabel, untuk hidup berdaya dengan kondisi autoimunnya.

Marisza Cardoba Foundation (MCF) bersama Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia mencanangkan Program Nasional Senyum Indonesiaku di Jakarta, sejak tahun 2012. Program Nasional Senyum Indonesiaku memiliki visi “Senyum Indonesia bersama autoimun sehat dan berkarya”. Dan misi programnya yaitu: (1) Membangun kesadaran masyarakat Indonesia tentang autoimun. (2) Mendorong penerapan Lima Dasar

Hidup Sehat (LDHS) oleh keluarga Indonesia. (3) Pemberdayaan penyandang autoimun.

Program Nasional Senyum Indonesiaku memiliki dasar pemikiran sebagai berikut: (1) Keluarga adalah pondasi bertumbuhnya potensi diri setiap individu. (2) Keluarga harus dijaga kesehatan jasmani dan rohaninya, dimaksimalkan peran dan fungsinya, sehingga menghasilkan individu yang berkualitas. (3) Individu yang berkualitas adalah yang mampu berkontribusi menjadi solusi atas permasalahan yang timbul di masyarakat. (4) Negara yang maju adalah negara yang memiliki individu-individu yang mampu berkontribusi, baik untuk kepentingan domestik maupun internasional. (5) Hambatan untuk kesehatan jasmani dan rohani keluarga harus dikelola.

Kegiatan yang dilakukan dalam Program Nasional Senyum Indonesiaku adalah mengoptimalkan peran dan fungsi keluarga untuk meningkatkan kualitas kesehatan, ekonomi dan pendidikan masyarakat Indonesia. Program ini dilaksanakan dalam wilayah pelayanan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Penerima manfaat dari program ini adalah perempuan, anak, dan disabilitas merupakan bagian dalam keluarga yang paling lemah namun berperan vital dalam sebuah keluarga sebagai agen perubahan, sehingga perlu perhatian khusus.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Sugiono (2013 : 9), penelitian kualitatif adalah penelitian dimana peneliti ditempatkan sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara penggabungan dan analisis data bersifat induktif. Dengan menggunakan metode kualitatif, peneliti akan dapat menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis hasil dari data yang sudah didapatkan. Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk memahami interaksi sosial dengan cara mewawancarai sumber secara mendalam sehingga dapat ditemukan pola-pola yang jelas dan mendapatkan keterangan detail dan terperinci dari narasumber yang dapat menjadi kunci temuan-temuan pada sebuah penelitian.

Paradigma yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivitis. Secara mendasar, konstruktivisme berprinsip bahwa segala tindakan ditentukan oleh konstruk diri sekaligus juga konstruk lingkungan luar dari diri. Konstruktivisme memang merujuk pada konstruksi yang sudah ada di benak subjek. Namun, konstruktivisme juga meyakini bahwa pengetahuan bukanlah hasil sekali jadi, melainkan proses panjang sejumlah pengalaman. Ardianto dan Q Annes (2011), “konstruktivisme merupakan salah satu filsafat pengetahuan yang menekankan bahwa pengetahuan individu adalah hasil konstruksi (bentukan) individu sendiri”.

Format desain penelitian kualitatif terdiri dari tiga model, yaitu format deskriptif, format verifikasi, dan format *grounded research*. Dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif dengan desain deskriptif, yaitu penelitian yang memberi gambaran secara cermat mengenai individu atau kelompok tertentu tentang keadaan dan gejala yang terjadi (Koentjaraningrat, 1993).

Pada tahap berikutnya, peneliti akan memberikan gambaran dengan secara cermat tentang fenomena yang terjadi mengenai strategi komunikasi kampanye kesehatan yang dilakukan oleh Mariza Cardoba Foundation dalam mengedukasi masyarakat. Penelitian kualitatif menurut Moleong (2007) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Dalam penelitian ini yang menjadi subyek penelitian adalah Strategi komunikasi kampanye kesehatan yang dilakukan oleh Marisza Cadoba Foundation melalui Program Nasional Senyum Indonesiaku dan yang menjadi obyek penelitian adalah Marisza Cardoba Foundation.

Penelitian ini menggunakan dua informan untuk mendapatkan informasi yang akurat mengenai terlaksananya strategi komunikasi kampanye kesehatan MCF pada Program Nasional Senyum Indonesiaku. Pemilihan informan merupakan hal yang sangat utama sehingga harus dilakukan secara cermat, karena penelitian ini mengkaji tentang strategi komunikasi kampanye kesehatan, maka peneliti memutuskan informan utama atau informan kunci yang paling sesuai dan

tepat ialah Koordinator Marisza Cardoba Foundation yang mengurus Program Nasional Senyum Indonesiaku.

Kemudian untuk melihat bagaimana hasil dari penerapan strategi komunikasi kampanye kesehatan MCF, penulis juga mewawancarai salah satu orang yang terlibat sebagai peserta Program Nasional Senyum Indonesiaku. Dari penjelasan mengenai narasumber tersebut, total responden yang akan diwawancarai ada dua orang.

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Pada penelitian kali ini peneliti memilih jenis penelitian kualitatif maka data yang diperoleh haruslah mendalam, jelas dan spesifik.

Penelitian ini pengumpulan datanya dengan menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*, ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang kompleks, yang sebagian besar berisi pendapat, sikap, dan pengalaman pribadi, (Sulisyo, dkk., 2006). Untuk mendapatkan informasi yang jelas dan menghindari kehilangan informasi penting, maka peneliti meminta ijin kepada informan untuk menggunakan alat bantu perekam. Sebelum dilangsungkan wawancara mendalam, peneliti menjelaskan atau memberikan sekilas gambaran dan latar belakang secara ringkas dan jelas mengenai topik penelitian dan tujuan penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang dilakukan MCF dalam Program Nasional Senyum Indonesiaku adalah mengoptimalkan peran dan fungsi keluarga untuk meningkatkan kualitas kesehatan, ekonomi dan pendidikan masyarakat Indonesia. Program ini dilaksanakan dalam wilayah pelayanan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Penerima manfaat dari program ini adalah perempuan, anak, dan disabilitas merupakan bagian dalam keluarga yang paling lemah namun berperan vital dalam sebuah keluarga sebagai agen perubahan, sehingga perlu perhatian khusus.

Kegiatan kampanye kesehatan tidak lepas dari kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain agar audiens memiliki pengetahuan

atau wawasan, perilaku dan sikap sesuai dengan keinginan dan kehendak komunikator atau pemberi informasi. Untuk melakukan kegiatan kampanye kesehatan diperlukan adanya strategi komunikasi yang perlu dirancang dan direncanakan, karena strategi komunikasi tidak terlepas dari yang namanya perencanaan komunikasi. Perencanaan komunikasi membantu kita mengetahui serta merancang bagaimana sebuah pesan yang kita bawakan konsisten dengan target sasaran atau audiens serta tujuan yang ingin dicapai.

Marisza Cardoba Foundation bersama dengan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia saling bersinergi bekerjasama mencanangkan Program Nasional Senyum Indonesiaku dalam membantu masyarakat dalam mendapatkan edukasi kesehatan dan menumbuhkan kesadaran masyarakat tentang autoimun. Menumbuhkan kepedulian dan kesadaran tentang autoimun di lingkungan masyarakat membutuhkan strategi khusus dalam mengkomunikasikan kampanye kesehatan ini.

Strategi komunikasi kampanye kesehatan yang digagas ada lima strategi, yaitu: (1) Penggunaan portal www.mariszacardoba.or.id (2) Menyelenggarakan Indonesia Award. (3) *Indonesia Autoimmune Campaign* (IAAC) (4) Autoimmunepreneur Indonesia (API) (5) Meluncurkan Aplikasi AiFit.

Menggunakan portal www.mariszacardoba.or.id sebagai portal sentral dan resmi untuk memuat informasi terkait Program Nasional Senyum Indonesiaku secara keseluruhan, serta pendataan penyandang autoimun dan pemerhati autoimun. Masyarakat Indonesia dapat mengakses portal tersebut untuk mengetahui lebih lanjut program dan kegiatan yang dilakukan oleh MCF dengan Program Nasional Senyum Indonesiaku. Portal tersebut menyajikan beberapa menu yang dapat diakses yaitu: (a) Lima Dasar Hidup Sehat. (b) Gaya Hidup (c) Mengenal Autoimun (d) Makanan (e) Program Pemberdayaan (f) Tentang Autoimun.

Dengan adanya portal ini sangat membantu masyarakat yang membutuhkan informasi tentang autoimun. Menyelenggarakan Indonesia Award, sebuah acara tahunan dimana Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia dan MCF memberikan penghargaan kepada para penyandang dan pemerhati autoimun (sejak tahun 2015).

Mendorong terwujudnya *Indonesia Autoimmune Campaign (IAC)* yang merupakan wadah bagi seluruh organisasi peduli autoimun nasional yang bersinergi untuk menyuarkan Program Nasional Senyum Indonesiaku. *Indonesia Autoimmune Campaign (IAC)* menyelenggarakan suatu kegiatan yang diberi nama *IAC Gathering*, yang didukung oleh 13 komunitas/organisasi/yayasan penderita autoimun, dihadiri oleh 1.100 orang, baik penderita, *care giver* (pendamping), maupun keluarga ini, dibuka secara resmi oleh Marisza Cardoba sebagai Ketua IAC.

Pada kegiatan ini terdapat sesi seminar yang menjelaskan tentang bagaimana *survive* terhadap autoimun; bagaimana pengidap tidak terlalu tergantung pada obat; bagaimana pengidap dapat menerapkan pola dan makanan sehat, sehingga dapat mengurangi dosis obat; selain itu dijelaskan pula bagaimana menerapkan LDHS (Lima Dasar Hidup Sehat) dalam kehidupan sehari-hari. Selain seminar, kegiatan *gathering* ini juga dimeriahkan oleh yoga, pameran menu makanan sehat, pameran tanaman-tanaman organik, dan lain sebagainya.

Autoimmunepreneur Indonesia (API) adalah program pelatihan bagi penyintas Autoimun di level provinsi untuk mencetak autoimmunepreneur (wirausaha autoimun) Indonesia.

Autoimmunepreneur adalah individu penyintas autoimun yang melihat masalah yang dihadapi oleh sahabat-sahabat autoimun lainnya sebagai peluang untuk membentuk sebuah model bisnis baru yang bermanfaat bagi pemberdayaan penyandang autoimun secara luas.

Hasil yang ingin dicapai bukan hanya keuntungan materi atau kepuasan pelanggan, melainkan bagaimana gagasan yang diajukan dapat memberikan dampak baik bagi masyarakat luas. Pelatihan di tiap provinsi dilaksanakan setidaknya satu kali dalam setahun dengan materi *Personal Development* dan *Autoimmunepreneurship*.

Mendorong terwujudnya Autoimmunepreneur Indonesia (API) yang merupakan sinergi organisasi-organisasi yang berkomitmen untuk memberikan akses pendidikan dan akses ekonomi kepada para penyandang sehingga terwujud wirausaha-wirausaha autoimun. API aktif dalam mewujudkan Sejuta Autoimmunepreneur Indonesia. Sinergi API diselenggarakan berdasarkan komitmen yang dibangun oleh lembaga-lembaga yang terlibat di masing-masing

STRATEGI KOMUNIKASI KAMPANYE KESEHATAN MARISZA CARDOBA FOUNDATION (MCF)
PADA PROGRAM NASIONAL SENYUM INDONESIAKU
(SATYA CANDRASARI, NANI KURNIASARI)

propinsi untuk memaksimalkan manfaat yang diterima seluruh penyandang di tiap provinsi.

Selama setahun terakhir, melalui program Autoimmunepreneur Indonesia (API), Marisza Cardoba Foundation (MCF) telah berhasil menyelenggarakan pelatihan bagi 60 orang calon wirausaha autoimun Indonesia di Jakarta dan Bali. MCF bersinergi dengan sejumlah pemerhati yang bersedia membagikan ilmunya tanpa pamrih. Materi pelatihan meliputi: Wirausaha sosial; *Boosting confidence*; *Efective Communication*; *Live sharing* para pengusaha muda Indonesia; *Production class (cooking class dan fashion art class)*; Foto *product dan branding*; *Internet marketing*; Berkain; *Daily make up*; *Financial management*; *Sharing autoimmunepreneur* tentang kisah berkarya dengan autoimun.

Masing-masing provinsi membuat model bisnis sebagai *pilot project*. API Jakarta membuat rumah makan dan usaha katering sehat *AiFit Eatery*, sedangkan API Bali membuat usaha jasa tata rias *AiFit MUA*. Melalui kegiatan ini, para penyintas ingin membuktikan bahwa autoimun bukan penghalang selama LDHS (Lima Dasar Hidup Sehat) diterapkan secara holistik dan berkesinambungan. API juga berharap, program pelatihan ini dapat diselenggarakan merata di seluruh provinsi di Indonesia untuk memajukan kesejahteraan para penyintas dan secara aktif mendorong masyarakat Indonesia untuk hidup sehat.

Pengalaman kami dengan autoimun membuktikan bahwa tidak ada satu pun tantangan yang tidak dapat dihadapi. Teruslah berdoa dan berupaya yang terbaik dan memperbaiki langkah bersama orang-orang yang kita kasihi karena petunjuk dan mukjizat mengiringi setiap doa dan usaha-usaha yang berlandaskan cinta kasih pada diri dan sesama.

Meluncurkan aplikasi *AiFit* untuk memudahkan penerapan Lima Dasar Hidup Sehat (LDHS) dan menikmati program lainnya, yang dapat digunakan oleh seluruh masyarakat Indonesia melalui telepon genggam masing-masing. *AiFit Apps-iOs dan Android*, mendorong partisipasi publik dalam penerapan LDHS dan mendukung karya autoimmunepreneur melalui *AiFit Market (place)*.

Penelitian ini menemukan bahwa dalam strategi komunikasi kampanye kesehatan yang dilakukan oleh Marisza Cardoba Foundation bersama Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia terlaksana dengan baik sesuai dengan strategi komunikasi yang telah mereka rencanakan.

Adapun dari hasil analisis dapat dijelaskan bahwa lima strategi yang telah dilaksanakan adalah: (1) Sinergi berbagai elemen masyarakat; partisipasi Marisza Cardoba Foundation dengan para Lembaga Masyarakat lainnya merupakan salah satu contoh dari bentuk sinergi dan kolaborasi dalam mempercepat terwujudnya program nasional senyum Indonesiaku. (2) Mengangkat isu autoimunitas sebagai isu penetrasi ke masyarakat; sebuah kasus kesehatan yang diduga diderita oleh kurang lebih 20 persen penduduk Indonesia, yang mana sebagian besar adalah perempuan dan anak. (3) Mendirikan group dukungan dan portal informasi untuk autoimun dan lima dasar hidup sehat; (4) Mendorong penerapan Lima Dasar Hidup Sehat oleh keluarga Indonesia; (5) Pemberdayaan penyandang autoimun.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa Marisza Cardoba Foundation bersama Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia dalam rangka sosialisasi dan mengedukasi masyarakat mengenai penyakit autoimun adalah dengan melakukan strategi komunikasi kampanye kesehatan melalui lima cara yaitu: Sinergi berbagai elemen masyarakat; mengangkat isu autoimunitas sebagai isu penetrasi ke masyarakat; mendorong penerapan Lima Dasar Hidup Sehat; mendirikan portal informasi mengenai penyakit autoimun dan lima dasar hidup sehat; dan Pemberdayaan penyandang autoimun.

Saran yang dapat dilakukan dalam pengembangan selanjutnya adalah menganalisis teks atau buku tentang Autoimune yang menjadi media untuk bersosialisasi dan mengenal lebih dekat tentang penyakit Autoimune. Maka diharapkan untuk peneliti berikutnya dapat menambah dan melengkapi kekurangan-kekurangan yang ada.

REFERENSI

- Ardianto Elvinaro, Q-Annes Bambang. 2011. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. edisi revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Effendy, O. U. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Foundation, Marisza Cardoba. 2017. *Autoimmune The True Story*. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ginting, Ellen Nerlin mirda, 2012. *Strategi Komunikasi Dan Tingkat Kesadaran Kesehatan (Studi Korelasional Pengaruh Strategi Komunikasi Tim Penggerak PKK Pokja IV Terhadap Tingkat Kesadaran Masyarakat Mengenai Kesehatan di Kelurahan Dendang Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat)*
- Koentjaraningrat. 1993. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. (Edisi Ketiga). Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniadi, Hayatullah & Hizasalasi. 2018. *Strategi Komunikasi Dalam Kampanye Diet Kantong Plastik Oleh GIDKP Di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Volume 6, Nomor 1. ISSN: 2303-0194.
- Liliweri, Alo. 2013. *Dasar-dasar Komunikasi Kesehatan*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Moleong, L. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulisyo, dkk. 2006. *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra dan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.