

STRATEGI MEDIA

Efektivitas Media

- Ada 3 ukuran yang digunakan untuk menilai penggunaan media dalam kegiatan kampanye, yaitu:
 - Reach: jumlah orang yg dapat dijangkau media
 - Frequency: jumlah pesan yang disampaikan melalui media dalam suatu periode
 - Continuity: lamanya suatu jadwal kampanye melalui media
- Kampanye ideal mencakup 3 ukuran tsb, namun jika dana terbatas, *frequency* (dgn memperhitungkan durasi/*thick-thin*) menjadi pertimbangan terpenting dalam menilai efektivitas media

Timing

- Menentukan kapan dilakukan kampanye melalui media. Dalam hal ini sesungguhnya tidak ada jawaban yang baku, namun ada 3 hal yang dapat menjadi pertimbangan :
 - *Seasonal program, jika pesan yang disampaikan memiliki konteks musiman*
 - *Steady program, jika pesan berlaku sepanjang waktu*
 - *Pulsing/flighting, teknik peningkatan frekuensi pada suatu periode yang singkat, dan pada suatu lingkup/pasar tertentu*

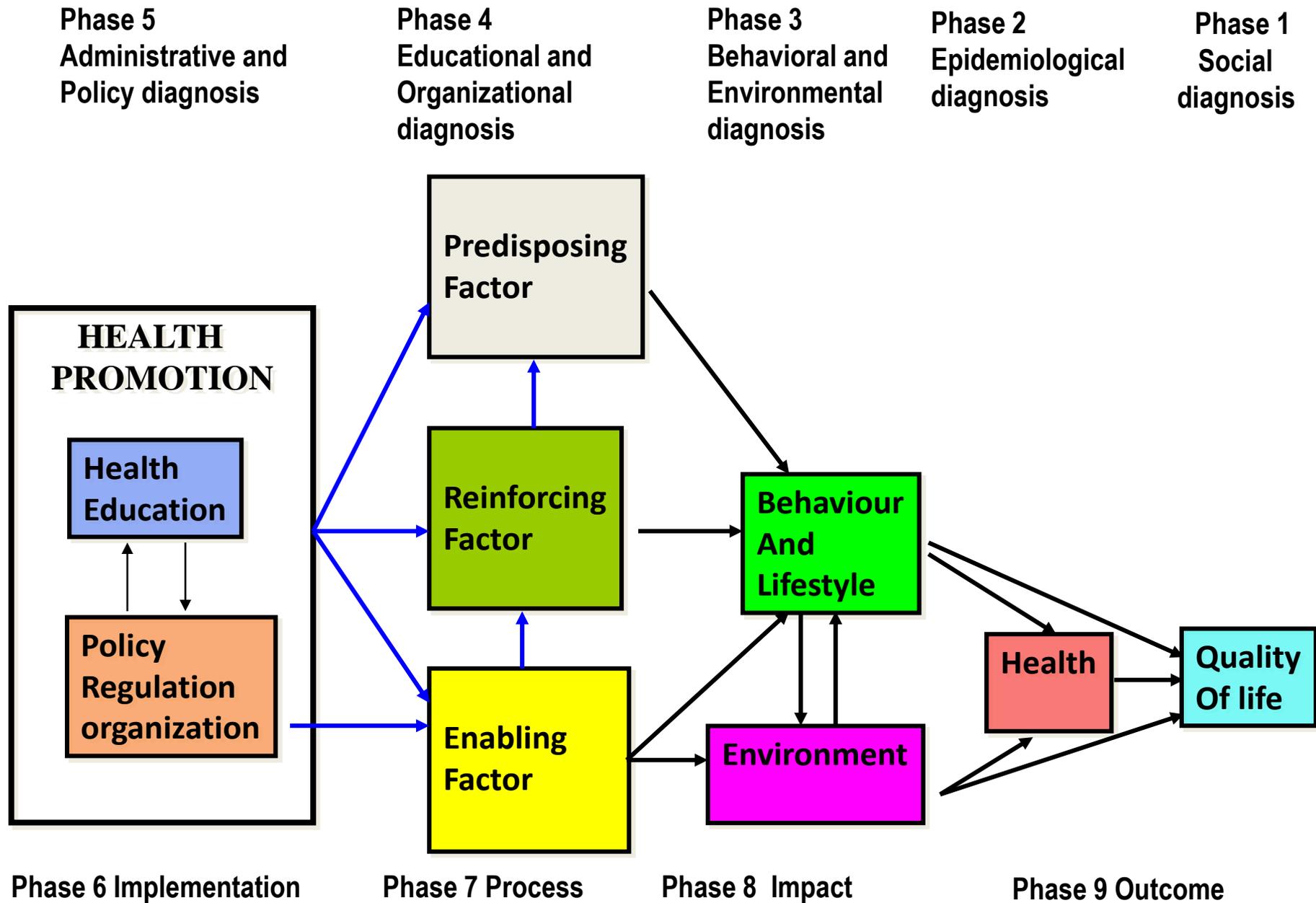
Kompetitor

- Suatu kiat untuk menghadapi kompetitor yang biasanya lebih besar, adalah tidak berkompetisi dengan mereka pada media yang telah didominasi mereka
- Meskipun demikian jika terpaksa, dapat dilakukan dengan teknik pesan yang unik dan kuat

Kombinasi Media

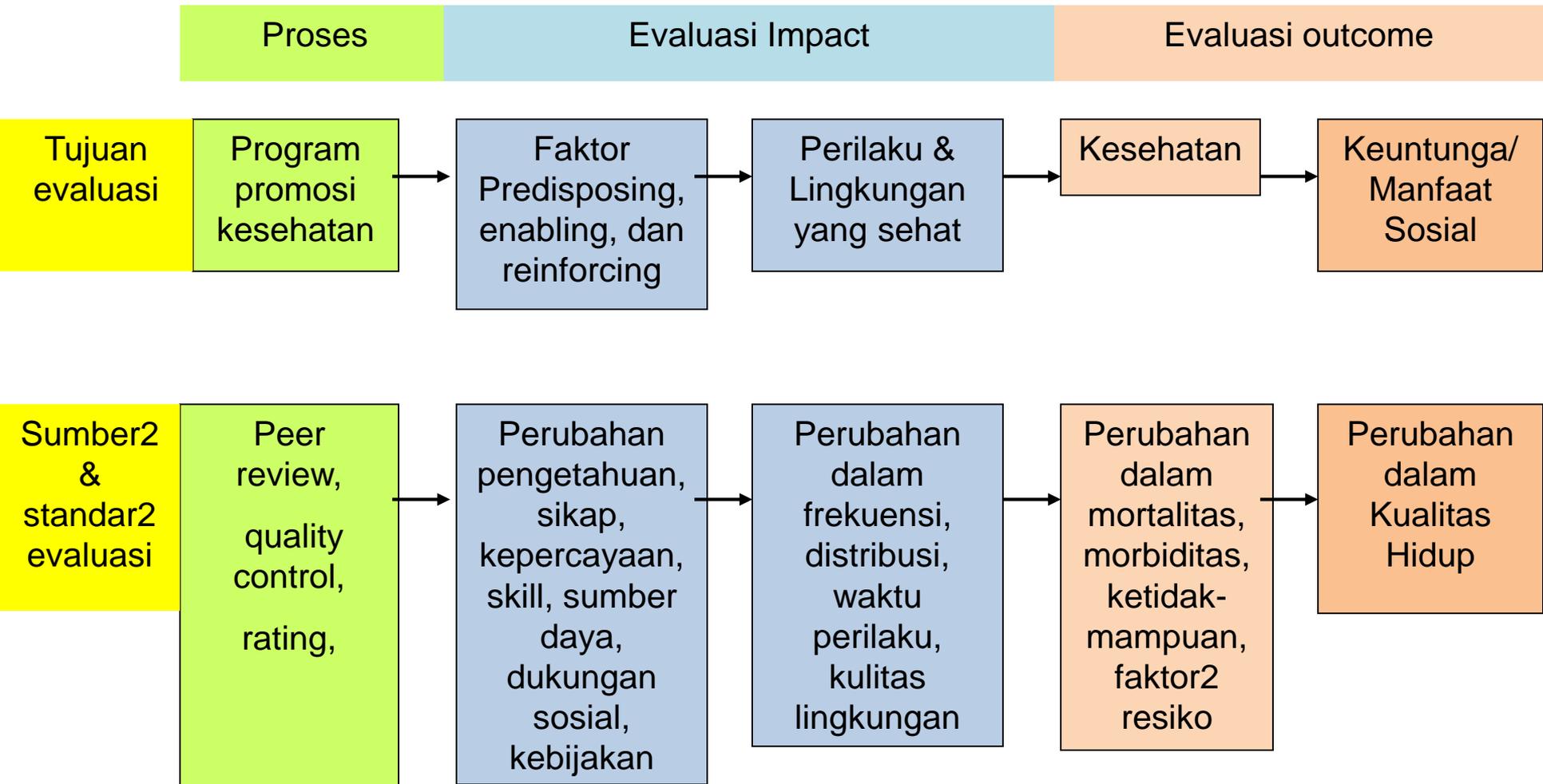
- Penggunaan mix media (kombinasi media) dapat memberikan hasil yang lebih signifikan, namun tidak ada rumusan terbaik mengenai kombinasi media yang dapat digunakan dalam suatu kampanye
- → kalkulasi data, fakta, dan upaya untuk saling melengkapi dalam rangka mencapai tujuan

Evaluasi Promosi



The Precede-Proceed model for health promotion planning and evaluation

Tiga Level Evaluasi untuk Penilaian



EVALUASI PROGRAM

Tingkat Evaluasi

1. Evaluasi Proses (*process evaluation*)

Evaluasi terhadap tindakan profesional, pemantauan kualitas, standar profesional yang digunakan

2. Evaluasi Dampak (*impact evaluation*)

- Evaluasi terhadap perubahan faktor predisposisi, pemungkin dan penguat.
- Evaluasi terhadap perubahan perilaku

3. Evaluasi Hasil (*outcome evaluation*)

- Evaluasi apakah terdapat perubahan atas mortalitas dan morbiditas penyakit
- Apakah angka insidens dan prevalensi dapat dipengaruhi oleh program.
- Manfaat sosial apa yang didapat
- Sering tidak efisien karena memerlukan waktu yang lama, 5 – 10 tahun

Desain Evaluasi

1. Pendekatan Catatan Historis (*record-keeping approach*)
Melihat perubahan selama program dijalankan.
Menggunakan tampilan diagram atau grafik
2. Pendekatan Temuan (*inventory approach*)
Melakukan survey untuk memperkirakan tingkat pencapaian yang didapat
3. Pendekatan Komparatif (*comparative approach*)
Membandingkan dengan data yang mirip dari program di tempat lain

4. Pendekatan Kuasi Ekperimental

- Identifikasi populasi sasaran lain yang mirip namun tidak menerima intervensi program
- Secara periodik membandingkan dua komunitas tersebut

5. Pendekatan Ekperimen

- Seperti pendekatan uji klinis, ada prosedur *random assignment*
- Individu dipilih secara acak untuk menerima program atau tidak

6. Proyek Penelitian Evaluasi

- Seperti disain No. 5, hanya mencakup multi intervensi, multi pengukuran, adanya variabel perantara

Untuk terjadinya sebuah perilaku... tidak bisa hanya dengan

social marketing...

Perlu upaya lain :

Advokasi → Kebijakan yang berorientasi kesehatan

Pemberdayaan masyarakat → masyarakat siap untuk berubah