

# **COMMUNITY ENGAGEMENT SEBAGAI STRATEGI SOSIAL MARKETING RS MATA “Dr. YAP”**

**Kategori: Customer Service, Marketing & Public Relation**

Yulia Putri Ayuningdyah, Putri Dian Utami, Dwi Rohana

## **Ringkasan**

Fokus transformasi layanan primer adalah mengintegrasikan layanan kesehatan primer sesuai siklus hidup manusia melalui upaya promotif dan preventif. Hal ini akan dilaksanakan oleh Puskesmas dan jejaringnya sehingga masyarakat dapat mengakses layanan kesehatan yang berkualitas. RS Mata “Dr. YAP” menginisiasi program *Community Engagement* sebagai strategi sosial marketing dengan memberdayakan masyarakat untuk meningkatkan kualitas kesehatan mata, yang dimulai dari tahap *inform, consult, involve, collaborate*, hingga *empower*. Program ini mampu menjembatani kesenjangan, dimulai dari *awareness* masyarakat menuju tindakan berkelanjutan. Diperoleh hasil positif dan bermanfaat, serta mampu menjawab kebutuhan para *stakeholder*, Dinas Kesehatan Kab/Kota D.I. Yogyakarta, kader kesehatan, dan masyarakat.

**Keyword: Transformasi layanan primer, promotif preventif, *community engagement***

## **A. Latar Belakang**

Studi Global Burden of Disease (2017) menunjukkan bahwa gangguan penglihatan menjadi penyebab ketiga disabilitas yang berdampak pada kualitas hidup pasien. Secara global, setidaknya 2,2 miliar orang memiliki gangguan penglihatan dan setengah dari kasus ini sebenarnya dapat dicegah atau belum ditangani. Indonesia merupakan negara dengan prevalensi kebutaan tertinggi kedua di dunia. Hasil survei *Rapid Assessment of Avoidable Blindness 2014-2016* melaporkan prevalensi kebutaan di Indonesia sebesar 3%, dengan penyebab terbanyak adalah katarak (77,1%), penyakit segmen posterior (6%), glaukoma (2,9%), dan gangguan refraksi (2,2%).

Transformasi layanan primer merupakan satu dari 6 pilar transformasi sistem kesehatan KEMENKES. Transformasi dilakukan untuk memperkuat layanan kesehatan primer supaya dapat memberikan pelayanan kesehatan yang komprehensif dan berkualitas, dengan mengutamakan upaya promotif dan preventif. Fokus transformasi layanan primer adalah mengintegrasikan layanan kesehatan primer sesuai siklus hidup manusia melalui upaya promotif dan preventif. Hal ini akan dilaksanakan oleh

Puskesmas dan jejaringnya. Selanjutnya pelayanan kesehatan tersebut didekatkan kepada masyarakat, sampai pada tingkat dusun/RW, sehingga masyarakat dapat mengakses layanan kesehatan yang berkualitas.

Layanan primer adalah garda terdepan dalam upaya promotif dan preventif gangguan penglihatan, maka peran aktif masyarakat menjadi sangat penting. RS Mata “Dr. YAP” menginisiasi program yang memberdayakan dan melibatkan masyarakat untuk meningkatkan *awareness* terhadap pentingnya deteksi dini gangguan penglihatan. *Community Engagement* (CE) sebagai strategi memberdayakan masyarakat untuk meningkatkan kualitas kesehatan. CE adalah proses bekerja secara kolaboratif dengan kelompok orang yang memiliki kepentingan serta situasi serupa untuk mewujudkan perubahan lingkungan dan perilaku yang akan meningkatkan kesehatan masyarakat dan anggotanya. WHO mendefinisikan CE sebagai suatu proses pengembangan hubungan pemangku kepentingan untuk bekerja sama mengatasi masalah yang berhubungan dengan kesehatan dan mempromosikan kesejahteraan untuk mencapai hasil kesehatan yang positif<sup>1</sup>.

CE merupakan strategi sosial marketing RS Mata “Dr YAP” berbasis komunitas, yang mampu menjembatani kesenjangan, dimulai dari *awareness* masyarakat terkait deteksi dini gangguan penglihatan, menuju tindakan berkelanjutan sehingga menjadi perilaku<sup>2</sup>.

## **B. Tujuan**

1. Memberdayakan masyarakat sebagai *champion* yang berperan untuk meningkatkan kewaspadaan masyarakat akan pentingnya deteksi dini gangguan penglihatan
2. Implementasi peran RS Mata “Dr. YAP” sebagai Fasilitas Kesehatan Rujukan Tingkat Lanjutan (FKRTL) dalam mendukung transformasi layanan primer.

## **C. Langkah-Langkah**

### *1. Inform*

Inform dilakukan melalui koordinasi dengan Dinas Kesehatan D.I.Yogyakarta terkait rencana program, kemudian dilakukan sosialisasi dan diskusi kepada Dinas Kesehatan Kabupaten Kota dan Puskesmas wilayah D.I.Yogyakarta.

### *2. Consult*

Dilakukan berbagai upaya untuk mendapatkan informasi dan masukan dari masyarakat baik melalui proses dialog tatap muka maupun melalui media berbasis

teknologi informasi yang memungkinkan bagi informasi tersebut ditransmisikan kepada rumah sakit.

3. *Involve*

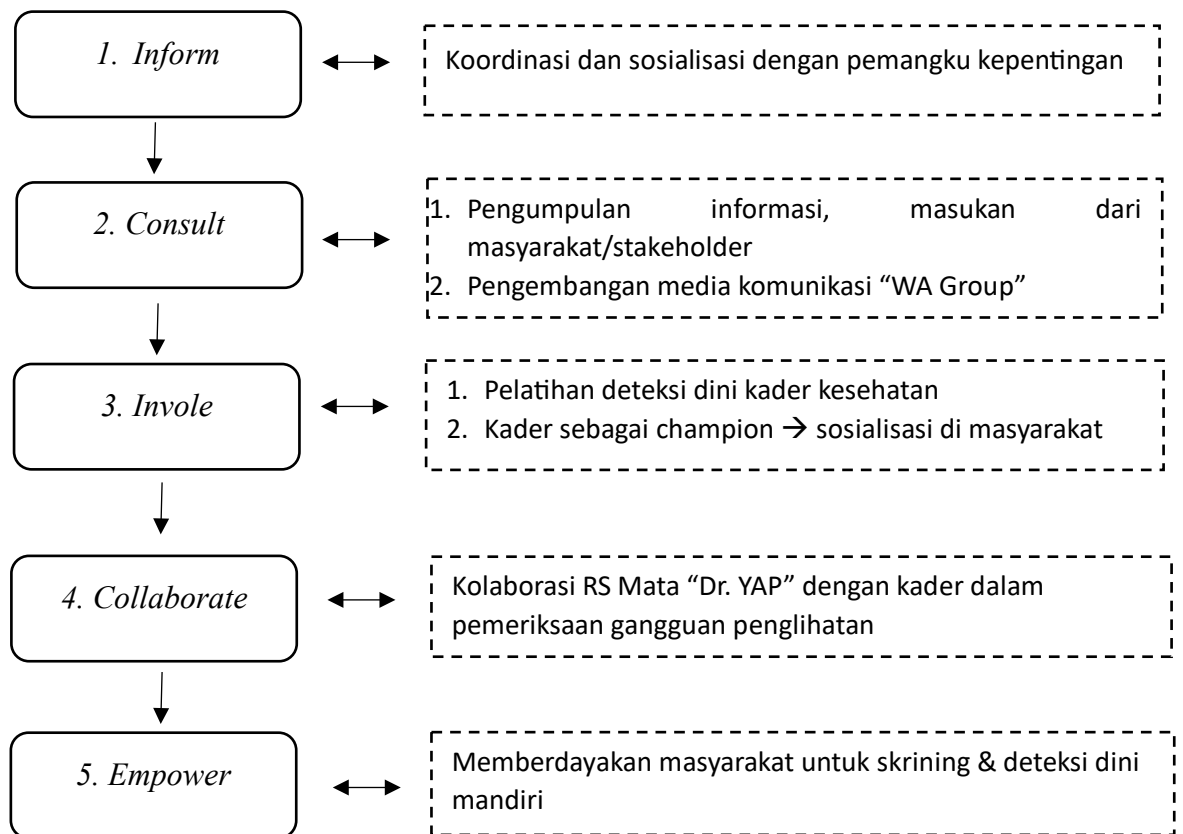
Melibatkan kader kesehatan sebagai *champion* di masyarakat untuk meningkatkan *awareness* deteksi dini gangguan penglihatan. Pelibatan kader kesehatan antara lain dengan mengikuti pelatihan deteksi dini yang diselenggarakan oleh RS Mata “Dr. YAP”. Kader yang dilatih kemudian akan mensosialisasikan kepada masyarakat dalam lingkup POSYANDU di wilayahnya, sehingga setiap orang dapat melakukan skrining sederhana.

4. *Collaborate*

Kader kesehatan bersama RS Mata “Dr. YAP” berkolaborasi dalam pemeriksaan gangguan penglihatan masyarakat.

5. *Empower*

Memberdayakan masyarakat untuk dapat melakukan skrining dan deteksi dini gangguan penglihatan di lingkungan terdekatnya, seperti keluarga, tetangga, dan kerabat terdekat.

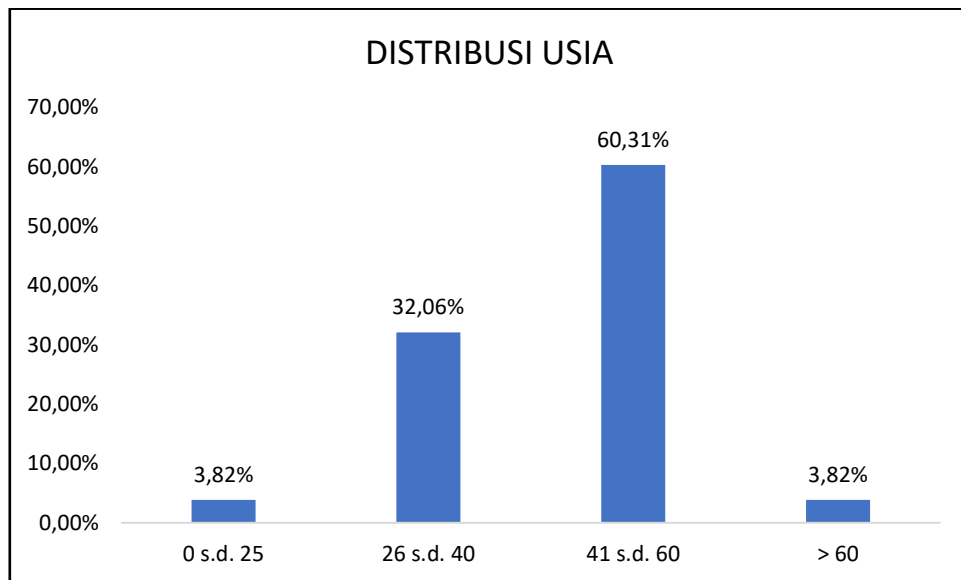


Gambar 1. Langkah *Community Engagement*

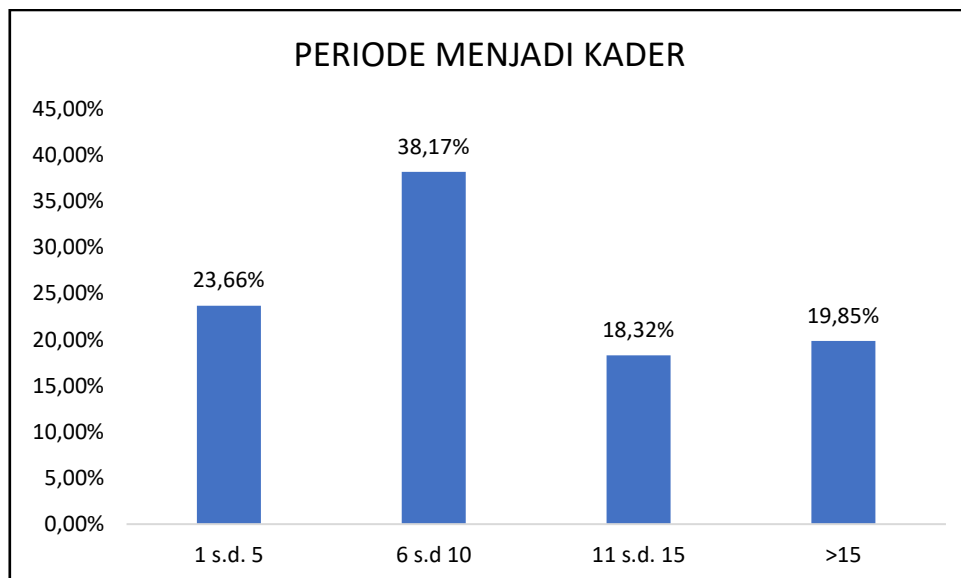
## D. Hasil

### 1. Demografi kader kesehatan

Peserta kader kesehatan wilayah D.I. Yogyakarta yang terlibat dalam program *Community Engagement* RS Mata “Dr. YAP” mayoritas berada pada rentang usia 26 tahun – 60 tahun (92,37%), dengan pengalaman menjadi kader paling banyak pada rentang 1-10 tahun (61,83%).

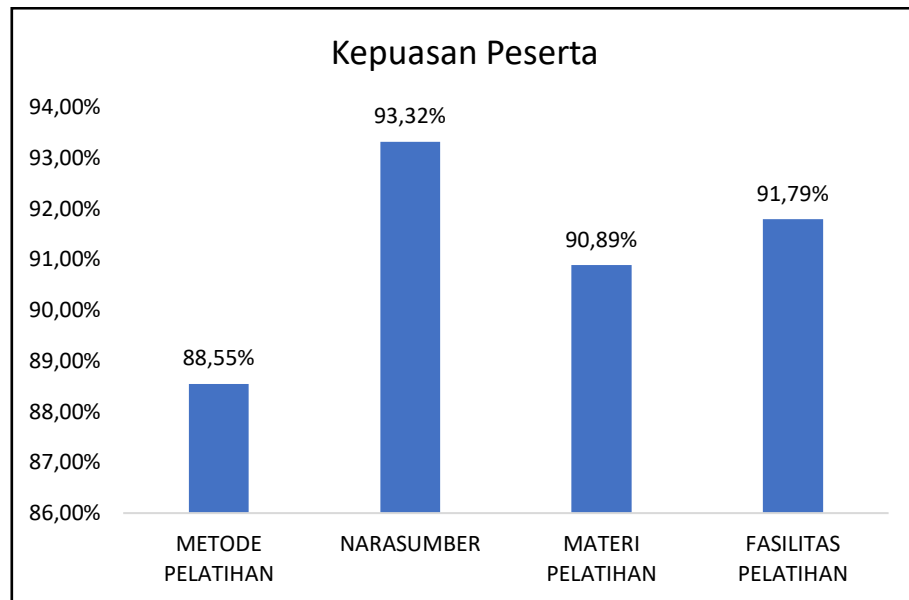


Grafik 1. Rentang usia kader kesehatan wilayah D.I. Yogyakarta



Grafik 2. Rentang waktu pengalaman menjadi kader

## 2. Kepuasan peserta terhadap program



Grafik 3. Kepuasan peserta

## 3. Kebermanfaatan program

Kebermanfaatan program diharapkan dapat dirasakan tidak hanya bagi masyarakat, tetapi juga bagi stakeholder terkait yaitu Dinas Kesehatan, dan Kader kesehatan. Penilaian kebermanfaatan program ini dilakukan dengan melakukan *interview* terhadap kader kesehatan (n=13), masyarakat di wilayah program berjalan (n= 10), dan Dinas Kesehatan Kabupaten/Kota D.I. Yogyakarta (n=5). Hasil wawancara kemudian dilakukan analisa tematik. Berdasarkan hasil analisa tematik, manfaat *Community Engagement* adalah :

No	Stakeholder terkait	Data	Kategori
1	Dinas Kesehatan Kab/Kota D.I.Yogyakarta	Mendukung program pemberdayaan masyarakat sehingga semakin terlatih	Pemberdayaan masyarakat
		Masyarakat lebih peduli dan lebih berkontribusi pada pemberantasan gangguan indera penglihatan	
		Masyarakat bisa mengetahui keadaan penglihatannya	
		Kebijakan pemerintah tentang transformasi pelayanan primer utamanya pelayanan di posyandu, salah satu kegiatannya yakni skrining kesehatan	Transformasi layanan primer
		Membantu pemerintah dalam mengidentifikasi jenis gangguan penglihatan sehingga dapat dilakukan intervensi yang tepat	Mendukung pemenuhan SPM bidang kesehatan sehingga derajat kesehatan meningkat
		Target 40% jumlah penduduk harus di periksa Mata dan THT nya (program indera)	
		Masyarakat terdeteksi sesuai standar ( SPM bidang kesehatan tercapai)	
		Derajat kesehatan meningkat	
		Data-data cakupan bisa naik signifikan	
		Kader memiliki kemampuan deteksi dini gangguan mata	Kompetensi kader
Pengetahuan kader bertambah			
Kader menjadi terlatih			
2	Kader	Sangat bermanfaat karena baru pertama kali ada kegiatan seperti ini.	Kompetensi kader
		Materi yang disampaikan sangat berguna dan menambah wawasan berkaitan dengan mata.	
		Berguna dan menambah ketrampilan dalam deteksi dini gangguan mata	
		Bisa diterapkan di posyandu dan masyarakat	Menunjang peran kader
		Memberikan pengalaman dan pembelajaran yang menunjang peran kader	
		Membantu kegiatan skrining di masyarakat	Skiring dan deteksi dini gangguan penglihatan
Masyarakat dapat tertangani lebih cepat			
3	Masyarakat	Pentingnya deteksi dini gangguan penglihatan	Skiring dan Deteksi dini
		Mendapatkan penanganan/perawatan lebih cepat dan tepat	
		Tidak menunda pengobatan	
		Dapat melakukan pemeriksaan mata sendiri secara sederhana	Memberdayakan masyarakat
		Melakukan pemeriksaan mata sederhana di keluarga/orang terdekat	

Tabel 1. Manfaat program CE

Berdasarkan analisa data kualitatif, diperoleh manfaat program *Community Engagement* dari perspektif Dinas Kesehatan, kader, dan masyarakat sebagai berikut:

1. Mendukung program memberdayakan masyarakat untuk meningkatkan kualitas kesehatan mata

2. Mendukung program pemerintah terkait integrasi layanan primer dan pemenuhan cakupan target SPM bidang kesehatan sehingga meningkatkan derajat kesehatan masyarakat.
3. Peningkatan kompetensi kader kesehatan untuk melakukan skrining dan deteksi dini gangguan penglihatan.
4. Mendukung peran kader sebagai *champion* atau *agent of change* di masyarakat.
5. Meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap deteksi dini gangguan penglihatan

#### **E. Kesimpulan**

Program *Community Engagement* efektif sebagai strategi sosial marketing RS Mata “Dr. YAP” dengan memberdayakan masyarakat untuk meningkatkan kualitas kesehatan mata di D.I. Yogyakarta.

## Referensi

1. World Health Organization. 2017. Community engagement framework for quality, people-centred and resilient health services. Geneva
2. World Health Organization. 2020. Community engagement: a health promotion guide for universal health coverage in the hands of the people. Geneva
3. Yuan, M., Lin, H. Wu, H. Yu, et al. 2021. Community engagement in public health: a bibliometric mapping of global research. BMC; 79:6

## Lampiran

1. Surat pengesahan Direktur Utama RS Mata “Dr. YAP”
2. Dokumentasi kegiatan
  - a. Komunitas kader kesehatan kabupaten Gunung Kidul



- b. Skrining gangguan penglihatan bersama masyarakat





## LEMBAR PENGESAHAN

### *COMMUNITY ENGAGEMENT* SEBAGAI STRATEGI SOSIAL MARKETING RS MATA "Dr. YAP"

#### KATEGORI

#### CUSTOMER SERVICE, MARKETING, DAN PUBLIC RELATION

Disusun oleh

Yulia Putri Ayuningdyah, S.Psi

Putri Dian Utami, S.Kep.,Ns


Dwi Rohana, A.Md



Yogyakarta, 2 Oktober 2023

Direktur Utama Rumah Sakit Mata "Dr Yap"

RUMAH SAKIT MATA  
"DR. YAP"  
YOGYAKARTA



dr. Alida Lienawati, M.Kes., FISQua  
NIK. 452/RSM/IV-2020

l 2