

Pengembangan Media Visual Berbahasa Lokal Sebagai Media Komunikasi, Informasi, dan Edukasi Covid-19 di Kabupaten Halmahera Timur

Kinanthi Estu Linadi

Program Studi Promosi Kesehatan, Universitas Kusuma Husada Surakarta

Korespondensi : Kinanthi Estu Linadi, e-mail: saestukinan2011@gmail.com

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 telah berlangsung lebih dari satu tahun. Provinsi Maluku Utara mengalami kenaikan kasus yang signifikan pada tiga bulan terakhir di tahun 2020. Kenaikan kasus yang signifikan di awal tahun 2021 disebabkan mulai adanya kerumunan karena pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada), Perayaan Natal, dan Tahun Baru. Kabupaten Halmahera Timur adalah kabupaten keenam dengan kasus Covid-19 tertinggi di Propinsi Maluku Utara. Kondisi Kabupaten Halmahera Timur yang merupakan *remote area* atau daerah terpencil membuat akses terhadap pelayanan *testing* menjadi sangat terbatas. Pelayanan tes antigen hanya tersedia di Puskesmas tertentu dan satu klinik swasta. Dampaknya, *tracing* menjadi terhambat sehingga banyak kasus tidak tercatat karena sulit terdeteksi. Implementasi protokol kesehatan di Halmahera Timur juga cenderung rendah, khususnya di tempat-tempat ibadah dan kegiatan masyarakat. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya pemahaman tentang Covid-19 dan protokol kesehatan. Media Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE) yang didistribusikan Puskesmas masih terbatas sehingga hanya diletakkan di tempat-tempat umum saja. Selain itu, masyarakat sulit memahami isi pesan pada media KIE yang ada karena menggunakan Bahasa Indonesia baku. Artikel ini bertujuan menggambarkan proses pengembangan media KIE berbahasa lokal dan penerimaan masyarakat terhadap pesan yang disampaikan. Hasil menunjukkan masyarakat dapat memahami pesan tentang Covid-19 dan pencegahannya yang disampaikan dengan bahasa lokal.

Kata kunci: Bahasa local, Covid-19, Media KIE

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has lasted more than a year. North Maluku Province experienced a significant increase in cases in the last three months of 2020. The substantial increase in cases in early 2021 was due to the start of crowds due to the Pilkada and Christmas and New Year celebrations. East Halmahera Regency is the sixth district with the highest Covid-19 cases in North Maluku Province. The condition of East Halmahera Regency which is a remote area makes access to testing services very limited. Antigen test services are only available at certain Puskesmas and one private clinic. As a result, tracing is hampered so that many cases are not recorded because they are difficult to detect. The implementation of health protocols in East Halmahera also tends to be low, especially in places of worship and community activities. One of the reasons is the lack of understanding about Covid-19 and health protocols. Communication, Information, and Education (KIE) media distributed by Puskesmas are still limited so they are only placed in public places. In addition, people find it difficult to understand the content of messages on the existing IEC media because they use standard Indonesian. This study aims to describe the process of developing regional language IEC media and public acceptance of the message conveyed. The results of the study show that the public can understand the message about Covid-19 and its prevention which is conveyed in the local language.

Keywords: Local language, Covid-19, Media KIE

Riwayat Artikel

Diterima : 09 Agustus 2022

Ditelaah : 20 September 2022

Dipublikasi : 31 Desember 2022

PENDAHULUAN

Penyakit Covid-19 pertama kali ditemukan di Wuhan, China, dan dilaporkan sebagai pneumonia misterius yang sumber penularannya belum diketahui. *World Health Organization* (WHO) mengumumkan penyakit pneumonia misterius tersebut diidentifikasi sebagai *Coronavirus-19 disease* (Covid-19) dan dapat menular dari manusia ke manusia. Penyebarannya kemudian meluas ke seluruh benua. WHO menyatakan Covid-19 sebagai penyakit pandemi. Kasus Covid-19 di dunia mencapai 79,2 juta dengan 1,7 juta kematian pada 27 Desember 2020 (1). Di Indonesia, kasus Covid-19 mencapai 743.198 dengan 22.138 kematian dan diprediksi akan terus meningkat pada awal tahun 2021 karena dampak Pilkada serta Libur Natal dan Tahun Baru (2). Peningkatan kasus di Indonesia Timur perlu mendapat perhatian karena akses dan ketersediaan fasilitas kesehatan lebih terbatas dibanding Jawa, Sumatera, dan daerah lain di Indonesia.

Propinsi Maluku Utara merupakan salah satu propinsi di Indonesia Timur dengan peningkatan kasus Covid-19 yang tinggi, terutama pada tiga bulan terakhir di tahun 2020. Ada 134 kasus di bulan Oktober, meningkat jadi 161 kasus di November, dan ada 398 kasus di Desember, selanjutnya terus meningkat hingga 681 kasus di Januari 2021. Kabupaten Halmahera Timur merupakan kabupaten keenam dengan kasus Covid-19 tertinggi di Propinsi Maluku Utara. Sementara, akses pemeriksaan *swab antigen* dan PCR (*Polymerase Chain Reaction*) sangat terbatas sehingga diprediksi banyak kasus yang tidak terdeteksi dan tidak tercatat (3). Jumlah aktual kasus Covid-19 diprediksi lebih tinggi daripada jumlah kasus yang dilaporkan.

Kondisi Kabupaten Halmahera Timur yang merupakan *remote area* membuat akses terhadap pelayanan *testing* menjadi sangat terbatas. Layanan *swab antigen* di Kabupaten Halmahera Timur hanya ada di Puskesmas tertentu dan satu klinik swasta dengan jumlah alat tes yang terbatas. Jika masyarakat ingin melakukan tes PCR, mereka harus melakukan perjalanan darat dan laut terlebih dahulu menuju

Kota Ternate. Keterbatasan dan sulitnya akses *testing* menyulitkan tenaga kesehatan melakukan *tracing* jika ditemukan kasus Covid-19. Hal ini berdampak pada banyaknya kasus Covid-19 yang tidak tercatat karena sulit terdeteksi.

Peningkatan kasus di Halmahera Timur adalah dampak dari mulai adanya kerumunan saat masa kampanye Pilkada serta perayaan Natal dan Tahun Baru. Halmahera Timur merupakan kabupaten dengan sebagian penduduk beragama Nasrani yang terbiasa melakukan perayaan Natal dan Tahun Baru di sepanjang bulan Desember hingga awal Januari. Meskipun pemerintah telah mendorong penerapan protokol kesehatan, tetapi masih banyak masyarakat yang abai melakukannya. Masih banyak terlihat ibadah-ibadah di tempat umum serta kegiatan-kegiatan masyarakat yang dilakukan (seperti pesta pernikahan dan pemakaman) yang kurang tegas menerapkan protokol kesehatan.

Selain akses dan ketersediaan fasilitas kesehatan untuk pemeriksaan Covid-19, terdapat tantangan rendahnya kesadaran masyarakat di Kabupaten Halmahera Timur dalam melakukan protokol kesehatan sebagai upaya pencegahan Covid-19. Hasil observasi pendahuluan menemukan bahwa rendahnya penerapan protokol kesehatan adalah karena masyarakat belum sepenuhnya memahami tentang Covid-19 dan pencegahannya. Pemerintah Daerah memang telah mendistribusikan media Komunikasi, Informasi, Edukasi (KIE) melalui Puskesmas dalam bentuk poster dan spanduk. Tetapi, jumlahnya terbatas. Pemerintah Daerah juga memasang dua baliho di jalan utama kabupaten. Poster ditempel di kantor desa dan di Puskesmas. Sedangkan spanduk ditempel di jalan utama desa. Poster dan spanduk yang didistribusikan menggunakan desain dari Kementerian Kesehatan. Namun, hasil observasi menunjukkan hanya sedikit orang yang membaca media-media tersebut dengan seksama. Banyak orang hanya sekilas membaca karena menurut mereka tulisan pada baliho terlihat sangat kecil dan sulit dibaca, serta penggunaan Bahasa Indonesia baku yang masih sulit dimengerti oleh

HEALTH PROMOTION And Community Engagement Journal



sebagian besar masyarakat. Selain itu, masyarakat banyak menghabiskan waktu di kebun sehingga jarang mengunjungi kantor desa dan Puskesmas. Hal ini membuat paparan informasi pada masyarakat menjadi tidak optimal sehingga masyarakat tidak memahami pesan tentang Covid-19 dan pencegahannya secara menyeluruh.

METODE

Metode pada kegiatan ini, didasarkan pada kondisi yang dijelaskan pada bagian pendahuluan, yaitu mengembangkan media KIE visual dalam bentuk kipas tangan dan poster kalender dengan menggunakan bahasa lokal, yaitu bahasa Halmahera sehari-hari. Media KIE yang dikembangkan berisi pesan tentang Covid-19 dan protokol kesehatan sebagai upaya pencegahannya. Pemilihan bentuk media dan pengembangan pesan dalam bahasa lokal dilakukan dengan melibatkan Dinas Kesehatan Kabupaten. Dilakukan pula koordinasi dengan Dinas Kesehatan Kabupaten, mulai dari perencanaan pengembangan media KIE hingga pendistribusiannya.

Desain gambar pada media menggunakan gambar yang sama dengan media KIE yang dibuat oleh Kementerian Kesehatan. Kegiatan ini juga melakukan modifikasi pada penyampaian kalimat pesan. Mempertimbangkan bahwa masyarakat sering menghabiskan waktu di kebun dan seringkali mengadakan pertemuan ibadah maka diperlukan media KIE yang distribusinya secara personal. Kipas tangan dan poster kalender menjadi pilihan dan media tersebut didistribusikan per keluarga di 20 desa dari tiga kecamatan yang dipilih secara purposif. Pendistribusian media KIE dilakukan dengan melibatkan partisipasi dari pimpinan rumah ibadah (Pendeta dan Imam Masjid), kader Posyandu, dan guru Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD).

Pemilihan bentuk media KIE berupa kipas tangan bertujuan agar mudah dibawa kemanapun oleh masyarakat. Hal ini disesuaikan juga dengan konteks Kabupaten Halmahera Timur yang memiliki cuaca panas. Kipas tangan

terbuat dari bahan plastik PVC yang ringan dan mudah dibawa. Saat pendistribusian kipas tangan, dibagikan pula *leaflet* yang berisi pesan tentang Covid-19 dan penggunaan masker yang disampaikan dengan bahasa lokal. Sementara poster kalender didesain agar dapat ditempel di rumah dan terlihat selama satu tahun. Tujuan pengembangan media KIE dalam bentuk kipas tangan dan poster kalender adalah agar pesan dapat mudah terlihat dan mudah dibaca kapanpun sehingga audiens dapat terpapar informasi secara terus menerus.

Pesan kunci yang disampaikan pada media kipas tangan dan poster kalender adalah tentang pencegahan Covid-19, antara lain *"Selalu pake masker"* (selalu kenakan masker), *"Sering cuci tangan pake sabun deng air mengalir selama 20 detik"* (sering cuci tangan pakai sabun dan air mengalir selama 20 detik), *"Kalo baku dapa, bategor saja. Tara usah pegang tangan dulu"* (Jika berpapasan, cukup tegur saja, tidak usah berjabat tangan), *"Kalo ada damang, babatuk, deng baringus, badiam di rumah saja"* (Jika mengalami gejala demam, batuk, dan pilek, di rumah saja), dan *"Torang harus iko anjuran protokol kesehatan supaya torang bisa beraktivitas dan aman dari Corona"* (Kita harus ikuti anjuran protokol kesehatan supaya kita dapat beraktivitas dan aman dari Corona).

Sedangkan pesan kunci yang disampaikan melalui media *leaflet* yang dibagikan bersama kipas tangan adalah tentang gejala Covid-19 dengan kalimat *"Orang yang ada damang, deng ada baringus/babatuk/gargantang saki/sengsara banapas. Deng 14 hari sebelum ada gejala, dorang pernah pigi atau tinggal di tampa yang su ada kasus Covid-19"* (Gejala Covid-19 adalah jika orang mengalami demam, disertai dengan pilek/batuk/tenggorokan sakit/sesak napas. Ditambah dengan 14 hari sebelum muncul gejala, memiliki riwayat bepergian atau tinggal di daerah yang sudah ada kasus Covid-19). Selain gejala, disampaikan juga pesan tentang cara penularan Covid-19 pada media *leaflet*, yaitu dengan kalimat *"Covid-19 pe cara tajangke itu lewat DROPLET (Percikan/muncratan air yang kaluar ketika ada orang babatuk, bersin, atau*

berbicara)” (Cara penularan Covid-19 adalah melalui DROPLET (Percikan/muncrat air ludah yang keluar ketika ada orang yang batuk, bersin, atau berbicara). Pesan-pesan tersebut diambil dari media KIE yang didesain oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

Selain penyampaian pesan, pengembangan media KIE juga mempertimbangkan pemilihan warna serta peletakan dan proporsi tulisan dan gambar. Pemilihan gambar dan jenis tulisan,

proporsi dan peletakan antara gambar, serta tulisan akan berpengaruh pada kenyamanan pembaca. Warna yang dipilih dalam media KIE yang dikembangkan adalah warna-warna yang terang dan menarik perhatian, antara lain warna oranye, kuning, ungu muda, dan putih sebagai elemen warna netral. Berikut adalah desain media KIE yang dikembangkan:



Gambar 1. Desain Media KIE Kipas Tangan



Gambar 2. Desain Media KIE Leaflet (1)



Gambar 3. Desain Media KIE Leaflet (2)



Gambar 4. Desain Media KIE Poster Kalender

Media KIE berbentuk kipas tangan dan leaflet didistribusikan pada ibu/pengasuh anak usia dini melalui Posyandu dan PAUD. Sedangkan media KIE berbentuk poster kalender didistribusikan melalui gereja dan masjid.

Pengembangan media KIE berbahasa lokal ini merupakan intervensi yang diinisiasi oleh LSM Wahana Visi Indonesia (WVI) Area Program Halmahera Timur. Setelah didistribusikan, dilakukan *monitoring* dan

evaluasi untuk mengukur penilaian penerima manfaat mengenai media KIE yang diterima, mengukur pengetahuan dan praktik pencegahan Covid-19 yang dilakukan penerima manfaat dalam 14 hari terakhir. Proses *monitoring* dan evaluasi dilakukan kurang lebih satu bulan setelah pendistribusian media KIE. Lebih dari 1.500 orang telah menerima manfaat. Data dikumpulkan melalui wawancara pada 367 sampel yang dipilih secara random dari 20 desa dampingan WVI

yang tersebar di tiga Kecamatan, yaitu Kecamatan Kota Maba, Kecamatan Maba, dan Kecamatan Maba Tengah. Dari pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi *ODK Collect*.

HASIL

Mayoritas responden pada evaluasi kegiatan ini adalah berjenis kelamin perempuan (94,8%) dan sebagian besar adalah kelompok usia produktif, di mana paling banyak adalah usia 28-36 tahun (39,5%) (Tabel 1).

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	%
Jenis Kelamin		
Perempuan	348	94,8
Laki-laki	19	5,2
Umur		
< 18 tahun	13	3,5
19-27 tahun	103	28,1
28-36 tahun	145	39,5
37-45 tahun	89	24,3
>45 tahun	17	4,6

Tabel 2. Penilaian Terhadap Media

Pertanyaan	n	%
Apakah pesan pada media mudah dipahami?		
Mudah dipahami	335	91,3
Sulit dipahami	2	0,5
Tidak menjawab	30	8,2
Apakah penempatan gambar dan tulisan pada media membuat informasi menjadi mudah dibaca?		
Mudah dibaca/dilihat	334	91
Sulit dibaca/dilihat	3	0,8
Tidak menjawab	30	8,2
Apakah bentuk media menarik?		
Menarik	334	91
Cukup menarik	2	0,5
Tidak menarik	1	0,3
Tidak menjawab	30	8,2
Kepuasan terhadap Media		
Sangat tidak puas	5	1,4
Sedikit puas	8	2,2
Cukup puas	7	1,9
Puas	80	21,8
Sangat puas	267	72,8

Sebagian besar responden menilai bahwa pesan dalam media mudah dipahami (91,3%), penempatan gambar dan tulisan pada media membuat media mudah dibaca (91%), dan

bentuk media menarik (91%). Sebagian besar responden juga merasa sangat puas dengan media KIE yang mereka dapatkan (71,8%) (Tabel 2).

Tabel 3. Pengetahuan Tentang Covid-19 dan Pencegahannya

Tingkat Pengetahuan	Jumlah	%
Kurang	61	16,6
Cukup	258	70,3
Baik	48	13,1

Indikator pengetahuan diukur dari jawaban responden atas 10 pertanyaan dalam kuesioner. Skor minimal adalah 0 dan skor maksimal 10. Setelah dilakukan uji normalitas, skor pengetahuan terdistribusi secara tidak normal. Oleh karena itu, pengkategorian tingkat pengetahuan dilakukan dengan nilai kuartil.

Lebih dari setengah responden (70,3%) memiliki pengetahuan yang cukup baik tentang Covid-19 dan pencegahannya. Pertanyaan

yang paling banyak dijawab salah oleh responden adalah tentang 3M. Pertanyaan tersebut merupakan pertanyaan 'jebakan' karena dalam kuesioner disebutkan kepanjangan 3M adalah mencuci tangan, menjaga jarak, dan melakukan olahraga rutin. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa masyarakat familiar dengan istilah 3M tapi belum sepenuhnya mengerti kepanjangan dari 3M (Tabel 3).

Tabel 4. Praktik Pencegahan Covid-19

Tingkat Praktik Pencegahan	Jumlah	%
Kurang	68	18,5
Cukup	222	60,5
Baik	77	21

Pengukuran praktik juga dilakukan melalui jawaban responden atas 10 pertanyaan dalam kuesioner. Skor minimal adalah 0 dan skor maksimal 10. Setelah dilakukan uji normalitas, skor praktik terdistribusi secara tidak normal. Oleh karena itu, pengkategorian tingkat praktik juga dilakukan dengan nilai kuartil.

Lebih dari sebagian responden (60,5%) memiliki praktik yang cukup baik untuk mencegah Covid-19, yang dilakukan dalam dua minggu terakhir. Praktik yang paling kurang dilakukan oleh responden adalah olahraga rutin. Kurang dari sebagian responden (46%) yang rutin melakukan olahraga atau aktivitas fisik setiap hari untuk menjaga imunitas mereka (Tabel 4).

DISKUSI

Penggunaan media KIE sangat penting dalam proses edukasi kesehatan. Edukasi kesehatan sendiri bertujuan untuk meningkatkan kewaspadaan, pengetahuan, kepercayaan,

sikap, nilai, keterampilan, dan hal-hal lain yang dapat mendorong praktik yang dapat meningkatkan status kesehatan (4). Edukasi kesehatan bukan hanya menekankan pada penyebaran informasi tetapi juga pada peningkatan status kesehatan, dan termasuk pemeliharaan status kesehatan masyarakat (5).

Sebelum dilakukan pengembangan media KIE, media yang terdistribusi di masyarakat sangatlah terbatas karena Puskesmas hanya mendistribusikan media KIE dari Kementerian Kesehatan. Pemerintah Desa sendiri juga melakukan pengadaan tetapi jumlahnya juga tidak banyak. Sementara, media-media tersebut hanya terpasang di tempat-tempat umum. Hal tersebut membuat masyarakat tidak banyak terpapar informasi tentang Covid-19 dan pencegahannya karena mereka hanya sekilas membaca media yang terpasang. Sementara, di desa yang terdapat jaringan internet, sering beredar gambar dan video

tentang Covid-19 yang dipertanyakan kebenarannya. Informasi tersebut dengan cepat menyebar melalui media sosial dan cerita dari mulut ke mulut hingga ke desa yang tidak memiliki jaringan internet. Hal ini tentu menyulitkan tenaga kesehatan ketika memberikan sosialisasi atau penyuluhan tentang Covid-19 karena masyarakat terlanjur percaya informasi yang beredar.

Mudahnya masyarakat mempercayai informasi yang dipertanyakan kebenarannya menunjukkan bahwa literasi kesehatan pada masyarakat masih rendah, khususnya masyarakat di *remote area*. Literasi kesehatan adalah kemampuan individu untuk memahami, memiliki keterampilan, mengakses, memahami, dan menggunakan informasi terkait status kesehatan mereka. Meningkatkan akses informasi dapat menjadi upaya untuk melawan pesan-pesan yang salah yang beredar di masyarakat (6).

Dalam memilih bentuk media, perlu mempertimbangkan latar belakang, kondisi masyarakat, dan kondisi lingkungan. Mempertimbangkan ada masyarakat yang tinggal di desa yang tidak memiliki jaringan internet dan listrik yang belum 24 jam, serta jauh dari fasilitas-fasilitas umum, maka media visual menjadi pilihan yang terbaik (7). Media visual adalah media yang paling sesuai untuk kelompok masyarakat dengan literasi rendah dan kesulitan akses internet. Dalam mengembangkan media visual, proses komunikasi tergantung dari penempatan gambar, foto, grafik, dan diagram. Penempatan yang tepat dapat menjadi strategi yang efektif dalam penyampaian pesan kesehatan (8).

Menurut responden, penempatan gambar dan tulisan pada media kipas tangan, poster kalender, dan leaflet dinilai membuat informasi mudah terlihat dan dapat dibaca dengan jelas. Dalam pengembangan media KIE, gambar yang dipilih diambil dari desain gambar yang ada dalam media KIE dari Kementerian Kesehatan. Gambar-gambar tersebut diatur proporsi dan peletakkannya bersama dengan tulisan pesan-pesan kunci. Gambar dan tulisan

diatur sedemikian rupa agar terlihat proporsional dan nyaman untuk dibaca. Pemilihan warna juga dapat mempengaruhi kenyamanan audiens dalam membaca media KIE. Selain terkait dengan kontras, warna-warna tertentu juga dapat memiliki makna dan berdampak secara emosional bagi pembaca (7). Warna yang dipilih dalam media KIE yang dikembangkan adalah warna-warna terang seperti oranye, kuning, ungu muda, dan putih. Warna-warna terang akan menarik perhatian audiens untuk lebih fokus membaca pesan dalam media. Kombinasi warna-warna kontras akan membantu audiens membaca lebih nyaman. Selain warna, penggunaan jenis huruf juga mempengaruhi kenyamanan audiens. Bentuk tulisan yang rumit dan terlalu rapat dapat mengganggu audiens membaca pesan. Pemilihan warna pada tulisan juga menambah nilai pada media visual (9).

Pemilihan bentuk media berupa kipas tangan dan poster kalender adalah agar audiens dapat membaca pesan secara berulang. Hal ini sejalan dengan fungsi media visual yang dikembangkan untuk memungkinkan audiens terpapar informasi berulang kali. Semakin sering audiens terpapar informasi, semakin baik pengetahuan yang terbentuk (10). Paparan informasi secara berulang terbukti dapat mengubah pengetahuan audiens sehingga dapat mendorong terjadinya perubahan perilaku (11).

Penggunaan bahasa Halmahera sehari-hari dalam media KIE yang dikembangkan bertujuan agar pesan dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat. Dalam proses komunikasi, bahasa memiliki peran yang sangat besar untuk menyampaikan pesan. Bahasa menjadi bentuk komunikasi verbal yang harus dapat dimengerti, baik dalam budaya lokal maupun antar budaya (12). Masyarakat dapat lebih mudah memahami isi pesan dalam bahasa Halmahera dibanding dengan Bahasa Indonesia baku. Bahasa lokal yang digunakan dalam pengembangan media KIE merupakan salah satu strategi yang efektif

untuk memberikan edukasi kesehatan (13–15). Media KIE dalam bahasa lokal dapat menjadi strategi komunikasi yang efektif dalam mitigasi bencana pandemi Covid-19 (16). Selain itu, penggunaan bahasa lokal juga dianggap lebih menghargai budaya masyarakat serta dapat menambah nilai media KIE yang dikembangkan. Pendekatan secara budaya juga dinilai dapat lebih berpengaruh mendorong adanya perubahan perilaku yang diharapkan pada masyarakat. Pelibatan tokoh agama dan tokoh masyarakat diharapkan dapat mengoptimalkan keterlibatan masyarakat dalam melakukan perubahan perilaku (15).

KESIMPULAN

Pesan yang disampaikan dalam bahasa lokal membuat masyarakat lebih mudah mengingat isi pesan tentang Covid-19 dan praktik-praktik pencegahannya. Responden juga menyukai media KIE berbentuk kipas dan poster kalender karena kipas dapat dibawa kemanapun mereka pergi, seperti ke gereja dan saat mereka ke kebun. Media kipas dan poster kalender juga membuat masyarakat di desa yang tidak memiliki jaringan internet tetap dapat mengakses pesan tentang Covid-19 dan pencegahannya. Ketika responden memahami isi pesan dalam bahasa lokal dan terpapar secara terus menerus, hal tersebut membantu masyarakat memiliki pengetahuan dan praktik yang lebih baik tentang Covid-19 dan pencegahannya dalam 14 hari terakhir.

DAFTAR PUSTAKA

- 1) WHO. *Weekly Epidemiological Update 29 December* 2020. <https://www.who.int/about/contact-us>. 2020.
- 2) Kementerian Kesehatan. *Peta Sebaran Covid-19 di Indonesia*. <https://covid19.go.id/peta-sebaran>. 2020.
- 3) Dinas Kesehatan Provinsi Maluku Utara.. *Peta Sebaran Covid-19 Provinsi Maluku Utara*. <https://corona.malutprov.go.id>. 2020.
- 4) Sharma, M. *Theoretical Foundations of Health Education and Health Promotion*. Jones & Bartlett Learning. 2017.
- 5) Sharma, S. K., & Gupta, Y. kumar.. Mass Media for Health Education. *Global Research Academy Multidisciplinary International Journal*. 2017; 1(1), 26–39. https://www.researchgate.net/publication/324910020_Mass_Media_for_Health_Education_A_Study_in_the_State_of_Rajasthan
- 6) Prasanti, D. Literasi Informasi Kesehatan sebagai Upaya Pencegahan Informasi Hoax dalam Penggunaan Obat Tradisional di Era Digital. *Jurnal Pekommas*. 2018; 3(1), 45–52. https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/pekommas/article/view/2030105/pdf_1
- 7) Adventus, Jaya, I. M. M., & Mahendra, D. *Buku Ajar Promosi Kesehatan*. Universitas Kristen Indonesia. http://repository.uki.ac.id/2759/1/BUKUMOD_ULPROMOSIKESSEHATAN.pdf. 2019
- 8) CDC. *Visual Communication Resources* CDC. <https://www.cdc.gov/healthliteracy/developmentals/visual-communication.html>. 2021
- 9) Sumartono, & Astuti, H. Penggunaan Poster sebagai Media Komunikasi Kesehatan. *Komunikologi*. 2018; 15(1), 8–14.
- 10) Gamelia, E., Anandari, D., & Purnamasari, D. U. Rural-Based Health Promotion Model for Pregnant Women in Banyumas District. *Kesmas: National Public Health Journal*. 2016; 11(1), 7–13. <https://doi.org/10.21109>
- 11) Igiyany, P. D. Use of Visual Media in Health Promotion about Immunization. *STRADA Jurnal Ilmiah Kesehatan*. 2020; 9(1), 279–285. <https://doi.org/https://doi.org/10.30994/sjik.v9i1.322>.
- 12) Sulistiono, T. *Efektivitas Penggunaan Bahasa Jawa dalam Promosi Kesehatan Gigi dan Mulut untuk Menurunkan Skor Plak Gigi pada Anak Usia 6-8 Tahun di MIM Klaseman Gatak Sukoharjo*. 2016.
- 13) Ridha, A., & Hernawan, A. D. Efektivitas Booklet Berbahasa Daerah pada Perilaku Merokok Remaja. *Jurnal LINK*. 2016; 12(2), 13–19.
- 14) Damayanti, R., Shaluhiyah, Z., & Cahyo, K. Peningkatan Pengetahuan dan Sikap Ibu tentang PHBS Tatanan Rumah Tangga (ASI Eksklusif) di Kabupaten Sambas melalui Media Leaflet Berbahasa Daerah. *Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia*. 2017; 12(1), 1–12.
- 15) Lolo, L. L., & Dewiyanti. Pendidikan Kesehatan Berbahasa Daerah terhadap Kepatuhan Lansia Melakukan Pencegahan Peningkatan Tekanan

HEALTH PROMOTION And Community Engagement Journal



Daerah. *Jurnal Endurance: Kajian Ilmiah Problema Kesehatan*. 2021; 6(1), 190–200.

- 16) Melki, J. Mitigating Infodemics: The Relationship between News Exposure and Trust and Belief in Covid-19 Fake News and Social Media Spreading. *PLOS ONE*. 2021; 1–13.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1371/journal.pone.0252830>