

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesehatan merupakan kebutuhan setiap orang yang diberikan oleh Allah yang harus dipenuhi untuk kelangsungan hidupnya. Karena dengan tubuh yang sehat manusia bisa melakukan aktifitas seperti beribadah, belajar, bekerja, dan melakukan aktifitas lainnya. Kesehatan adalah hak dan investasi, dan semua warga negara berhak atas kesehatannya termasuk masyarakat miskin. Diperlukan suatu sistem yang mengatur pelaksanaan bagi upaya pemenuhan hak warga negara untuk tetap hidup sehat, dengan mengutamakan pada pelayanan kesehatan bagi masyarakat miskin.

Seperti yang tertuang dalam pembukaan UUD 1945. Dalam UUD 1945 pasal 28 H dan UUD No 23/1992 tentang kesehatan, yaitu menetapkan bahwa setiap orang berhak mendapatkan pelayanan kesehatan. Salah satu program yang pemerintah dalam menyediakan pelayanan kesehatan yang memadai bagi rakyat miskin adalah Jaminan Kesehatan Masyarakat (JAMKESMAS). JAMKESMAS adalah program sosial untuk pelayanan kesehatan bagi masyarakat miskin dan tidak mampu untuk mendapatkan haknya dalam pelayanan kesehatan.

JAMKESMAS mengakui bahwa sosialisasi kepada masyarakat di Kabupaten Sukoharjo belum tuntas atau berhasil. Sehingga banyak masyarakat miskin yang belum tahu tentang Jamkesmas, baik dari cara mendapatkan kartu JAMKESMAS.

Dalam perancangan ILM ini berfokus pada upaya merancang media-media sosialisasi bagi masyarakat miskin di Kabupaten Sukoharjo tentang pentingnya JAMKESMAS. Hasil dari analisis diatas menjadi dasar dalam penentuan konsep media dan konsep kreatif dalam sosialisasi. Pengolahan konsep tersebut menggunakan metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Kemudian dilanjutkan dengan menganalisis target audiens dengan *Consumer Insight*. Yaitu pengaruh yang sudah

mengendap di alam bawah sadar yang mengarahkan tingkah laku seseorang, beberapa orang menyebut dengan *forgotten truth* atau *hidden truth*. *Consumer Journey* adalah suatu cara untuk mengetahui tentang target audience baik dari karakteristik dan perilaku keseharian yang dilakukan oleh *target audience* dalam rangka untuk mengumpulkan data lebih mendalam dan detail sehingga akan mempermudah untuk menentukan strategi penyampaian pesan yang saat ini dikenal dengan istilah *point of contact*. Analisis ini dilakukan dapat dilakukan dengan mendata kegiatan *target audience* yang dimulai dari bangun tidur sampai pada saat tidur kembali. Kemudian untuk mendapatkan *point of contact* harus membuat daftar *consumer journey* kemudian meneliti dengan jeli titik-titik atau *point* yang bisa kita jadikan media penyampaian pesan. Dalam konsep media menggunakan media yang menarik, komunikatif, dan kreatif. Untuk merangkai konsep media tersebut dan dapat membawa manfaat bagi masyarakat perlu adanya konsep kreatif, sehingga media yang dipilih dapat mengenai target sasaran.

Oleh karena itu, melalui tugas akhir karya ini berupaya untuk mensosialisasikan Jaminan Kesehatan Masyarakat (JAMKESMAS) untuk lebih memberikan pemahaman kepada masyarakat miskin di Kabupaten Sukoharjo, pentingnya memiliki JAMKESMAS, karena dengan memiliki JAMKESMAS, masyarakat miskin mudah untuk mendapatkan pelayanan kesehatan seperti masyarakat pada umumnya, dengan merancang suatu kampanye sosial, yaitu Sosialisasi Jaminan Kesehatan Masyarakat di Kabupaten Sukoharjo Jawa Tengah.

B. Saran

Kampanye sosial untuk mensosialisasikan kesehatan bagi masyarakat miskin sangat diperlukan dengan melalui kombinasi berbagai media iklan yang sesuai sehingga masyarakat miskin mendapatkan hak pelayanan kesehatan yang optimal.

Daftar Pustaka

Buku :

- Efendi, Ferry. 2009. *Keperawatan Kesehatan Komunitas : Teori dan Praktik dalam Keperawatan*. Salemba Medika. Jakarta.
- Kasali,Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan (Konsep dan Aplikasinya di Indonesia)*. Pustaka Utama Grafiti. Jakarta
- Kasilo,Djito. 2008. *Komunikasi Cinta, Menembus G-Spot Konsumen Indonesia*. PT Gramedia. Jakarta
- Nuradi, dkk. 1996. *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sudarma, Momon. 2008. *Sosiologi untuk Kesehatan*. Salemba Medika. Jakarta
- Widyatama,Rendra. 2009. *Pengantar Periklanan*. Pustaka Book Publisher. Yogyakarta

Skripsi :

- Hambali,Imam. 2012. *Perancangan Kampanye Informasi Program Jaminan Kesehatan Masyarakat Miskin*. Tugas Akhir Karya Desain komunikasi Visual. UNIKOM Bandung
- Teguh Prasetyo, Yanuar. 2009. *Perancangan Iklan Layanan Masyarakat TBC sebagai upaya edukasi masyarakat Malang Raya*". Tugas Akhir Perancangan. Universitas Negeri Malang
- Zainuddin . 2010. *Analisis Semiotik Iklan Layanan Masyarakat JAMKESMAS (Versi Membatik)*. Skripsi. IAIN Sunan Ampel

Katalog :

- Katalog Dalam Terbitan, Departemen Kesehatan RI , Sekretariat Jenderal , Pedoman Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan Masyarakat (JAMKESMAS). Jakarta: Departemen Kesehatan, 2008.

e-book :

Bonnie L. Drewniany/A. Jerome Jewler. 1995. *Creative Strategy in Advertising*, Ninth Edition. Graphic World Inc. USA.

Website :

Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukoharjo

Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Sukoharjo

www.depkes.go.id (diakses pada tanggal 28 Februari 2012)

www.jamsosindonesia.com/prasjsn/jamkesmas/manfaat (diakses pada tanggal 28 Februari 2012)

www.ppij.depkes.go.id (diakses pada tanggal 12 Maret 2012)

http://www.solopos.com/sukoharjo/Kemiskinan/masih_jadi_PR_utama_DPRD_Sukoharjo_SOLOPOS.COM.htm, (diakses pada tanggal 12 Maret 2012)

<http://www.solopos.com/2012/sukoharjo/keluarga-miskin-tak-terdaftar-keluarga-rajiyem-tak-bisa-nikmati-jamkesmas-166753>, (diakses pada tanggal 12 Maret 2012)

<http://www.solopos.com/2012/sukoharjo/kk-miskin-pemdes-ngasinan-ajukan-300-an-kk-miskin-tercecer-166573>, (diakses pada tanggal 12 Maret 2012)

<http://www.epuskesmas.com/kabar-kesehatan/informasi-kesehatan/20-jamkesmas>, (diakses pada tanggal 12 Maret 2012)

