

EDUTAINMENT (EDUCATION AND ENTERTAINMENT) SEBAGAI STRATEGI BARU PENYULUHAN KESEHATAN

Riza Adirza¹; S. W. Sukotjo¹; Ismoyowati²; Sunarko²; E. Soekarno³ dan Dorothy F.¹

¹Helen Keller International Indonesia

²Departemen Kesehatan RI

³Yayasan Ibu Bayi dan Balita

ABSTRACT

Background: Health education using lectures can be useful, but also boring to communities. A new strategy is needed that can be enjoyable, without requiring significant additional resources. As part of a nationwide social-marketing campaign, special events to promote Vitamin A Supplementation (VAS) in Indonesia have employed a new strategy called “Edutainment”. **Goal:** To educate specific target groups on health issues, within an entertaining environment, so that learning is more enjoyable. **Methodology:** “Edutainment” combines health “education” with “entertainment”. A day-long “Edutainment” event may include: health competitions, talk-shows with quizzes/prizes, games, door prizes, and announcing winners at the end of the event. The activities support the event’s main theme. Local sponsors cover most costs. A popular personality (“icon”) like an artist or government official can participate, and should be chosen to attract specific target groups. Radio announcements or strategically placed fliers promote the event beforehand. **Experience to date:** Twelve HKI/IBB (*Yayasan Ibu, Bayi, dan Balita*) health fairs were conducted from 2002-04 in cities across Indonesia. 1.000 – 2.000 participants attended each fair, which lasted approximately 6 hours each. Frequently participants stayed in the event area even after the event ended. Competitions were the most popular activity, since participants wanted to win prizes. Sponsors were given a booth and promoted their products throughout the day. **Conclusion:** “Edutainment” is a good strategy to deliver health education to specific target groups in an entertaining atmosphere. “Edutainment” events are ideal when resources for health promotion/education are limited, since organizers receive outside sponsorship to cover most costs.

Keywords:

ABSTRAK

Latar belakang: Penyuluhan kesehatan dengan ceramah sangat berguna, tetapi sering membosankan peserta. Sebuah strategi baru yang lebih menyenangkan diperlukan, tanpa menambah sumber dana secara bermakna. Sebagai bagian kampanye nasional, *special event* untuk mempromosikan Suplementasi Vitamin A di Indonesia telah dilakukan dengan strategi baru yang dinamakan “*Edutainment*”. **Tujuan:** Memberi penyuluhan pada kelompok tertentu tentang kesehatan, dalam suasana *entertainment*, sehingga proses pembelajaran lebih menyenangkan. **Metodologi:** *Edutainment* berasal dari kata *education* dan *entertainment*. Isi acara *Edutainment* biasanya berupa: lomba sehat, talk show yang disertai kuis berhadiah, permainan kesehatan, door prize, dan pengumuman pemenang di penghujung acara. Seluruh rangkaian acara harus mendukung tema utama yang ditetapkan. Para sponsor membiayai sebagian besar biaya tersebut. Tokoh panutan masyarakat (*Icon*) seperti artis atau pejabat pemerintah diusahakan berpartisipasi, sehingga dapat menarik minat masyarakat. Promosi melalui iklan radio dan selebaran di tempat strategis dilakukan sebelum acara dilakukan. **Pengalaman yang pernah dilakukan:** Dua belas pameran kesehatan kerjasama HKI-IBB (*Yayasan Ibu, Bayi, dan Balita*) telah dilakukan sejak 2002-2004 di beberapa kota di Indonesia, dengan 1.000 – 2.000 pengunjung setiap acara yang berlangsung sekitar 6 jam. Sebagian besar pengunjung tetap hadir hingga acara selesai. Perlombaan merupakan hal yang sangat disukai, karena mereka mengharapkan hadiah. Disediakan stand untuk para sponsor guna mempromosikan produk mereka sepanjang acara. **Kesimpulan:** *Edutainment* merupakan strategi yang baik untuk penyampaian pesan kesehatan untuk kelompok tertentu dengan suasana yang menyenangkan. *Edutainment* sangat cocok manakala sumber dana untuk penyuluhan terbatas, karena sponsor akan menanggung sebagian besar biaya penyelenggaraan.

Kata kunci:

PENDAHULUAN

Latar belakang

Penyuluhan kesehatan dengan ceramah sangat berguna, tetapi sering membosankan peserta. Sebuah strategi baru yang lebih menyenangkan diperlukan, tanpa menambah sumber dana secara bermakna. Sebagai bagian kampanye nasional, *special event* untuk mempromosikan Suplementasi Vitamin A di Indonesia telah dilakukan dengan strategi baru yang dinamakan "*Edutainment*".

Edutainment merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yang merupakan kependekan serta gabungan dari "*education*" dan "*entertainment*". *Edutainment* merupakan suatu konsep penyelenggaraan acara yang memadukan unsur hiburan dan pendidikan kesehatan. Unsur-unsur pembelajaran dalam penyuluhan kesehatan dikemas dengan berbagai atraksi dan aksi yang menarik perhatian, jujur, bermanfaat serta memiliki nilai tambah bagi kesehatan yang jelas. Sebagai contoh Film Teletubbies yang merupakan pendidikan dasar bagi anak. Contoh lain adalah kuis kesehatan berhadiah di radio atau televisi untuk masyarakat umum.

Pameran *edutainment* merupakan salah satu bentuk pendidikan yang dikemas dalam bentuk hiburan. Tidak seperti layaknya pameran pada umumnya yang hanya berfungsi untuk memamerkan produk atau jasa tertentu, dalam pameran *edutainment* ini berfungsi sebagai wahana pendidikan kesehatan bagi masyarakat luas dengan mengangkat berbagai isu kesehatan yang dapat ditampilkan melalui berbagai acara interaktif yang menarik. Contoh kegiatan seperti lomba bayi dan balita sehat, pemeriksaan mata dan pemeriksaan kesehatan secara gratis, kuis, serta bincang-bincang seputar isu kesehatan yang menjadi tema utama.

Pameran *edutainment* bisa menjadi salah satu alternatif pilihan untuk melakukan pendidikan kesehatan, yang bisa membuat para target sasaran bertahan di lokasi hingga lebih dari lima jam.

Tujuan

Memberi penyuluhan pada kelompok tertentu tentang kesehatan, dalam suasana *entertainment*, sehingga proses pembelajaran lebih menyenangkan. Dengan strategi "*edutainment*" akan lebih mempermudah penyampaian pesan kepada masyarakat. *Edutainment* diharapkan juga dapat meningkatkan pengetahuan dan membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap suatu isu kesehatan, baik isu kesehatan yang merupakan program rutin maupun pada saat terjadinya KLB (Kejadian Luar Biasa) atau wabah suatu penyakit.

METODA PELAKSANAAN

Isi acara *Edutainment* biasanya berupa: lomba sehat, talk show yang disertai kuis berhadiah, permainan kesehatan, door prize, dan pengumuman pemenang di penghujung acara. Seluruh rangkaian acara harus mendukung tema utama yang ditetapkan. Para sponsor membiayai sebagian besar biaya tersebut. Tokoh panutan masyarakat (*Icon*) seperti artis atau pejabat pemerintah diusahakan berpartisipasi, sehingga dapat menarik minat masyarakat. Promosi melalui iklan radio dan selebaran di tempat strategis dilakukan sebelum acara dilakukan.

Walaupun berbeda-beda cara pelaksanaannya, namun secara umum kegiatan *edutainment* mempunyai prinsip yang sama yaitu melakukan edukasi/pendidikan yang bernuansa hiburan. Beberapa jenis *edutainment* diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bincang-bincang (Talk show) di media elektronik (Radio & TV).
2. Sinetron/cerita pendek di TV yang mempunyai pesan kesehatan .
3. Sandiwara di radio.
4. Hiburan tradisional berisi pesan kesehatan (contoh: wayang).
5. Kompetisi berhadiah antar kader (contoh: Kuis Kocok-Kocok, Kuis Siapa Berani).
6. Pameran kesehatan yang dikemas dalam bentuk hiburan (pameran *edutainment*).

Kekuatan pameran *edutainment*

Ada beberapa hal yang membuat pameran *edutainment* disenangi oleh kelompok sasaran, sehingga menarik minat kelompok sasaran datang, yaitu:

1. Kelompok sasaran tidak merasa “dipaksa” untuk mempelajari suatu masalah kesehatan karena dalam kegiatan ini unsur hiburan cukup menonjol.
2. Kelompok sasaran dapat belajar sambil menikmati hiburan.
3. Merupakan cara pembelajaran yang lebih baik karena kelompok sasaran menyukainya.
4. Merupakan cara belajar dengan metoda baru yang menyenangkan (belajar dan terhibur).
5. Menampilkan *Public Figure* yang disenangi sasaran/ masyarakat.
6. Melibatkan peran aktif dari pengunjung (interaktif).
7. Tidak membosankan.
8. Manfaat yang lebih nyata.
9. Memiliki tantangan.

Komponen penting dalam pameran *edutainment* adalah penentuan isu utama yang akan dijadikan sebagai pusat perhatian utama. Isu utama harus tunggal, artinya tidak boleh ada dua isu utama. Dengan demikian harus memilih satu isu utama yang akan menjadi prioritas. Jika dalam pameran tersebut akan dipromosikan juga isu kesehatan lainnya, maka isu tersebut harus berstatus isu tambahan yang promosinya hanya boleh dilakukan di stand masing-masing (terpisah).

CARA MENYELENGGARAKAN PAMERAN *EDUTAINMENT*

1. Tentukan tujuan

Tujuan diadakannya acara pameran *edutainment* harus ditentukan terlebih dahulu. Karena tujuan pameran merupakan kiblat/arrah dari seluruh rangkaian acara. Juga untuk penentuan segmen target/sasaran, jenis acara, tema acara, hari pelaksanaan acara, serta calon sponsor/penyandang dana.

2. Tentukan segmen sasaran

Setelah tujuan ditentukan, *segmen* sasaran dari pameran *edutainment* juga ditentukan menurut tingkatannya. *Sasaran primer, Sasaran sekunder, Sasaran tertier.*

3. Tentukan jenis kegiatan yang akan dilaksanakan

Kegiatan-kegiatan yang akan dipadu dalam suatu pameran *edutainment* dapat bervariasi sesuai dengan fasilitas yang ada, nara sumber yang ada, dan fasilitas gedung. Beberapa kegiatan yang dapat dilakukan antara lain: Lomba sehat, Lomba melukis dan mewarnai, Lomba memasak, *Talk show*, Pemutaran film, Kuis (tanya jawab) berhadiah, Demo dari sponsor, *fashion show*, tari, musik, menyanyi.

4. Tentukan kategori pengunjung

Secara garis besar pengunjung dapat dikategorikan menjadi dua bagian besar, yaitu: pengunjung yang mengikuti lomba dan pengunjung yang tidak mengikuti lomba (umum).

5. Tentukan waktu pelaksanaan

Penentuan hari pelaksanaan merupakan salah satu kunci sukses pelaksanaan pameran ini. Carilah hari dimana segmen sasaran bisa menghadiri dalam jumlah yang lebih banyak, dan para sponsor setuju dengan hari tersebut. Biasanya selama satu hari (08.⁰⁰ – 14.⁰⁰) pada hari libur (Sabtu/Minggu) atau pada bulan-bulan vitamin A (Februari dan Agustus)

6. Tentukan tempat pelaksanaan

Kunci sukses lainnya adalah penentuan tempat pelaksanaan yang startegis. Tempat yang dipilih sebaiknya mempunyai persyaratan antara lain: Lokasi mudah dijangkau,

dengan kendaraan umum, nama tempat cukup dikenal masyarakat luas, mempunyai daya tampung yang memadai, tidak ada hambatan psikologis bagi golongan ekonomi bawah dan ekonomi atas enggan datang. Contoh tempat yang netral: gedung pertemuan PKK/Pemda, atau aula rumah sakit.

7. Tentukan cara mencari sumber pembiayaan

Sumber dana, baik natura (bantuan dana berupa uang) maupun innatura (bantuan lainnya yang bukan berbentuk uang), dapat diperoleh dari beberapa sumber, yaitu: Pemerintah (Pemda dan Dinas Kesehatan), Sponsor (bentuk natura dan innatura), dan Masyarakat yang membayar biaya perlombaan.

8. Tentukan cara mengevaluasi keberhasilan acara

Tentukan cara mengevaluasi keberhasilan keseluruhan rangkaian acara pameran *edutainment* dan aspek apa yang perlu dievaluasi. Pada dasarnya, seluruh kegiatan dalam pameran *edutainment* ini dilaksanakan untuk mencapai suatu tujuan. Tercapai atau tidak tujuan tersebut dapat dinilai melalui monitoring selama proses pelaksanaan dan evaluasi setelah pelaksanaan berakhir.

Hasil evaluasi kemudian menjadi dasar untuk melakukan perbaikan pada pameran berikutnya dan untuk memberi laporan pelaksanaan kepada sponsor.

STRATEGI MENCARI SPONSOR

Peran sponsor dalam pameran *edutainment* sangatlah besar, yang bisa menjadi salah satu sumber pembiayaan dalam membantu memproduksi media promosi dan membantu kelancaran jalannya pameran *edutainment*.

Sponsor sebagai sumber pembiayaan

Cara mencari sumber pembiayaan suatu pameran *edutainment* yang berasal dari sponsor secara garis besar dapat dilakukan dengan dua cara:

1. Mencari sendiri dana dari sponsor. Artinya panitia melakukan sendiri pencarian dana yang bersumber dari para sponsor
2. Bekerjasama dengan biro iklan atau konsultan *public relation*. Dengan cara ini panitia tidak perlu terlalu report untuk menggalang dana dari para sponsor.

Mengelompokkan sponsor dalam beberapa kelompok:

1. Sponsor tunggal, merupakan satu-satunya sponsor dalam pameran tersebut tanpa membolehkan adanya sponsor lain.
2. Sponsor utama, merupakan gabungan dari beberapa sponsor yang mempunyai kontribusi besar. Jumlah tergantung kebutuhan biasanya antara 2-4 sponsor.

3. Sponsor pendamping, merupakan sponsor lainnya disamping sponsor utama. Jumlah tergantung kebutuhan, hingga biaya yang dibutuhkan sudah terpenuhi.
4. Sponsor hadiah, hanya memberi bantuan berupa hadiah tanpa dana tunai.
5. Sponsor fasilitas, hanya memberi bantuan fasilitas tempat atau transportasi.
6. Sponsor stand, adalah sponsor yang menyewa stand.

Peran lain dari sponsor

Sponsor selain sebagai salah satu alternatif sumber pembiayaan, juga memegang peranan penting lainnya dalam pameran *edutainment*, yaitu:

1. Membantu penyelenggaraan, menjadi *Event coordinator* (koordinator acara) dan atau MC (pembawa acara).
2. Membantu promosi, melalui media elektronik dan atau media cetak.
3. Memeriahkan suasana ruangan, dengan design stand -stand dan acara yang menarik.
4. Menyediakan hadiah untuk *door prize* dan kuis.

Hak dan kewajiban sponsor

Para sponsor juga mempunyai hak dan kewajiban, yang harus sesuai dengan peraturan Departemen Kesehatan dan dunia periklanan. Perbandingan antara hak dan kewajiban akan mempengaruhi bersedia atau tidaknya ikut mereka dalam pameran *edutainment*. Panitia pameran harus merundingkan hak & kewajiban sponsor supaya menarik bagi sponsor, akan tetapi tidak melanggar peraturan Departemen Kesehatan.

Hak sponsor:

Sponsor harus diberikan hak yang cukup menarik, sehingga calon sponsor bersedia ikut berpartisipasi dalam kegiatan ini, hak para sponsor antara lain:

1. Boleh memasang beberapa media promosi yang mereka produksi sendiri. Jenis media hendaknya dapat dirundingkan bersama antara panitia dan sponsor.
2. Tempat pemasangan media promosi, Harus dirundingkan bersama antara panitia dan para sponsor.
3. Setiap media promosi yang berkaitan dengan pameran *edutainment* akan menyertakan "*corporate name*" (nama perusahaan) atau "*brand name*" (nama produk).
4. Mendapat satu stand untuk mempromosikan produknya.
5. Mendapat waktu untuk mempresentasikan/memperkenalkan produknya (biasanya 10 menit).

6. Boleh mengajukan beberapa pertanyaan seputar produknya dalam kuis berhadiah.
7. Mendapatkan laporan kegiatan (agar dapat menjalin kerjasama berikutnya).

Keuntungan yang akan didapat oleh sponsor, juga harus dicantumkan dalam proposal, untuk menghindari kesalahpahaman.

Kewajiban sponsor:

Selain hak yang didapat, setiap sponsor juga mempunyai kewajiban guna mendukung kegiatan ini, antara lain:

1. Memberi sumbangan untuk kegiatan pameran *edutainment*, baik natura maupun innatura.
2. Memberikan hadiah untuk acara *door prize* dan kuis berhadiah.
3. Mentaati peraturan Departemen Kesehatan tentang Pemasaran Pengganti ASI (SK no. 237/Menkes/SK/IV/1997 tentang dan juga peraturan daerah masing-masing).

Hal-hal yang disukai oleh sponsor:

Untuk mendapatkan dukungan dari para sponsor, maka kita harus memahami hal-hal yang disukai oleh sponsor sejak dalam **proposal** yang diberikan maupun masalah kesempatan **promosi**.

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam pencarian sponsor

Berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 386/Menkes/SK/IV/1994 tentang Pedoman Periklanan: obat bebas, obat tradisional, alat kosmetik, perbekalan kesehatan rumah tangga dan makanan minuman, rokok dan susu formula TIDAK diperbolehkan menjadi sponsor kegiatan kesehatan.

Kepanitiaan:

Kepanitian dalam pameran *edutainment* dapat dikelompokkan menurut perannya masing-masing.

1. Panitia Inti:
Merupakan panitia yang bertanggung jawab atas perencanaan dan pengaturan jalannya pameran *edutainment*. Mereka adalah: Ketua pelaksana (*event coordinator*), Sekretaris, Bendahara/keuangan, Manager produksi.
2. Panitia pendukung:

Merupakan pendukung pelaksanaan jalannya pameran *edutainment*, terdiri dari: Penanggung jawab perizinan, Dokumentasi, Beberapa “*Usher*”, *Traffic* (pembantu umum), Keamanan, Konsumsi, Beberapa Operator.

3. Pengisi acara:

Merupakan orang-orang yang mengisi acara yang telah disusun, mereka terdiri dari MC (*master of ceremony*), Nara sumber, Moderator, Bintang tamu, Penyanyi/ penari/pelawak.

Seluruh panitia sebaiknya memakai seragam yang sama, supaya mudah dikenali oleh pengunjung. Jenis seragam bisa pula dibedakan menurut kategori kepanitiaan.

Pentingnya “Icon”

Icon adalah *public figure* atau tokoh panutan masyarakat disuatu daerah tertentu. Kehadiran *icon* akan meningkatkan jumlah peserta yang hadir, sehingga menarik pula bagi para sponsor. *Icon* bisa mengemban fungsi sebagai moderator, pembicara, atau MC. *Icon* biasanya dari kalangan:

1. Selebritis: artis, penyanyi, pelawak, penyiar radio / TV.
2. Tokoh masyarakat: ulama, tokoh setempat, ilmuwan.
3. Pejabat pemerintah atau istri pejabat.

Promosi sebagai penunjang kegiatan pameran *edutainment*

Promosi kegiatan pameran *edutainment* perlu dilakukan, untuk memberitahukan kepada masyarakat target akan adanya kegiatan ini.

Jenis kegiatan pameran *edutainment*

Berbagai jenis perlombaan yang mengandung unsur edukasi kesehatan dapat dilakukan dalam rangkaian pameran *edutainment* ini, antara lain:

1. Lomba sehat.

Dengan diadakannya lomba sehat ini diharapkan para orang tua akan terus dan lebih memperhatikan keadaan kesehatan anaknya dan dirinya sendiri. Jenis lomba antara lain:

- Lomba bayi sehat.
- Lomba balita sehat.
- Lomba Ibu hamil sehat.
- Lomba gigi sehat.
- Lomba memasak bagi bapak (pejabat daerah dan umum).

- Lomba melukis.
- Lomba mewarnai.
- Lomba memasak.

Pengumuman pemenang lomba-lomba sebaiknya dilakukan diakhir acara, supaya para peserta tidak pulang sebelum seluruh acara selesai.

2. Pemutaran film tentang kesehatan.

Pendidikan kesehatan yang dikemas dalam bentuk film akan membuat suasana santai dan menyenangkan.

3. Kuis berhadiah.

Dilakukan di panggung utama. Pertanyaan bisa tentang masalah kesehatan maupun tentang produk-produk dari sponsor. Semua pengunjung tanpa kecuali bisa mengikuti kuis ini.

4. Talk show.

Talk show berfungsi ganda, pertama memberikan informasi kesehatan kepada seluruh orang yang berada di ruangan tersebut, khususnya kepada *segmen* target. Kedua mengisi waktu yang kosong saat para peserta lomba menunggu hasil pengumuman juri, setelah pemeriksaan kesehatan dilakukan.

Talk show sebaiknya sebanyak mungkin dengan menampilkan gambar-gambar/foto/film pendek, layar *display* harus bisa jelas terbaca dari kursi yang paling belakang dan *Sound system* harus cukup keras dan menjangkau seluruh ruang, akan tetapi harus nyaman ditelinga. Karena sebagian pendengar membawa serta bayinya.

Tanya jawab dalam talk show berguna supaya pendidikan kesehatan yang dilakukan tidak hanya berjalan satu arah dan peserta dapat menanyakan hal yang kurang jelas. Dengan demikian suasana *talk show* menjadi lebih hidup.

STAND PAMERAN

Stand pameran akan memberikan informasi tentang kesehatan dan produk dari sponsor. Juga disediakan stand yang menjual makanan siap saji, untuk balita dan dewasa. Jenis stand dikelompokkan dalam dua bagian, yaitu:

1. Stand produk komersial. Pada stand ini dipamerkan produk dari para sponsor, stand ini juga bisa menampilkan kuis berhadiah atau permainan
2. Stand produk non-komersial / layanan kesehatan. Pada kelompok stand ini dilakukan pelayanan kesehatan secara gratis,

PASCA PELAKSANAAN

Pasca pelaksanaan pameran *edutainment* ada beberapa hal yang masih harus dilakukan, antara lain:

1. Mengolah data evaluasi yang telah diisi oleh peserta/ pengunjung, dengan memakai kartu isian singkat yang dimasukkan kesuatu tempat tertentu. Biasanya kotak diletakkan dipintu masuk atau pintu keluar. Jika kartu isian ini berhadiah, maka akan banyak masukkan yang diterima oleh panitia.
2. Mengolah data evaluasi yang diisi oleh para sponsor, dalam bentuk angket isian yang mengevaluasi pelaksanaan pameran beserta saran dan kesan mereka.
3. Mengolah hasil monitoring pelaksanaan per kegiatan, oleh panitia.
4. Membuat pelaporan lengkap yang disertai dengan foto kegiatan.
5. Memberikan laporan kepada para sponsor, yang disertai dengan piagam ucapan terima kasih.

PENGALAMAN YANG PERNAH DILAKUKAN

Dua belas pameran kesehatan kerjasama HKI-IBB (*Yayasan Ibu, Bayi, dan Balita*) telah dilakukan sejak 2002-2004 di beberapa kota di Indonesia, dengan 1.000 – 2.000 pengunjung setiap acara yang berlangsung sekitar 6 jam. Sebagian besar pengunjung tetap hadir hingga acara selesai. Perlombaan merupakan hal yang sangat disukai, karena mereka mengharapkan hadiah. Disediakan stand untuk para sponsor guna mempromosikan produk mereka sepanjang acara.

Contoh Rangkaian Acara *Edutainment*

No.	Acara	08.00	09.00	10.00	11.00	12.00	13.00	14.00
1	Lomba bayi sehat							
2	Lomba balita sehat							
3	Lomba ibu hamil sehat							
4	Lomba gigi sehat							
5	Acara perlombaan di stand							
6	Pemutaran film kesehatan							
7	Talk show							
8	Fashion show anak							
9	Pengumuman juara lomba							

KESIMPULAN

Edutainment merupakan strategi yang baik untuk penyampaian pesan kesehatan untuk kelompok tertentu dengan suasana yang menyenangkan. *Edutainment* sangat cocok manakala sumber dana untuk penyuluhan terbatas, karena sponsor akan menanggung sebagian besar biaya penyelenggaraan.