

Peningkatan Kesadaran tentang Pentingnya Imunisasi melalui Kampanye Kesehatan Ibu dan Anak

Agus Iwhan Ariftian Zuhdi^{1*}, Rina Indra Sabella², Erwin Tjahjuadi³, Waloyo⁴, Rohmah Kurniawati⁵

^{1,2,3,4,5} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YAPAN

E-mail: aiazuhdi@stieyapan.ac.id

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1507>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 30 Juny 2025

Revised: 03 July 2025

Accepted: 09 July 2025

Kata Kunci:

Imunisasi, Kampanye Kesehatan, Kesehatan Ibu dan Anak, Edukasi Berbasis Komunitas, Media Digital, Posyandu, Peningkatan Kesadaran Masyarakat

Keywords:

Immunization, Health Campaign, Maternal and Child Health, Community Based Education, Digital Media, Posyandu, Public Awareness Improvement



ABSTRACT

Imunisasi merupakan salah satu upaya preventif paling efektif dalam menurunkan angka kematian dan kesakitan akibat penyakit menular pada anak. Namun, di wilayah padat penduduk seperti Kelurahan Dupak, Surabaya, masih ditemukan rendahnya kesadaran masyarakat terkait pentingnya imunisasi. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat melalui kampanye kesehatan ibu dan anak berbasis komunitas. Metode yang digunakan meliputi penyuluhan langsung, diskusi kelompok, distribusi media edukatif, dan kampanye digital melalui WhatsApp. Kegiatan melibatkan kader posyandu, tokoh masyarakat, serta tenaga kesehatan dari Puskesmas Krembangan. Hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan skor pengetahuan dari rata-rata 55 menjadi 81.8. Intervensi edukatif yang dilakukan secara tatap muka maupun digital terbukti efektif dalam menyampaikan informasi yang mudah dipahami, kontekstual, dan dapat diterima oleh masyarakat. Partisipasi aktif kader dan tokoh lokal juga meningkatkan efektivitas kampanye dan membentuk rasa kepemilikan masyarakat terhadap program imunisasi. Kegiatan ini berkontribusi pada pencapaian target imunisasi nasional dan mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG 3: Good Health and Well-being). Kesimpulannya, kampanye kesehatan berbasis komunitas yang dikombinasikan dengan media digital mampu meningkatkan kesadaran masyarakat dan menjadi model intervensi yang dapat direplikasi di wilayah lain.

Immunization is one of the most effective preventive measures in reducing mortality and morbidity caused by infectious diseases in children. However, in densely populated areas such as Dupak Subdistrict, Surabaya, there is still a low level of public awareness regarding the importance of immunization. This activity aims to increase community knowledge and awareness through a community-based maternal and child health campaign. The methods used include direct counseling, group discussions, distribution of educational materials, and digital campaigns via WhatsApp. The activities involved posyandu cadres, community leaders, and healthcare workers from Krembangan Public Health Center. Pre-test and post-test results showed an increase in knowledge scores from an average of 55 to 81.8. The educational interventions delivered both in person and digitally proved effective in communicating information that is easy to understand, contextual, and acceptable to the community. Active participation of local cadres and community leaders also enhanced the effectiveness of the campaign and fostered a sense of ownership of the immunization program among the residents. This initiative contributes to the achievement of national immunization targets and supports the Sustainable Development Goal (SDG 3: Good Health and Well-being). In conclusion, community-based health campaigns combined with digital media can effectively raise public awareness and serve as a replicable model for interventions in other areas.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Agus Iwhan Ariftian Zuhdi et al (2025). Peningkatan Kesadaran tentang Pentingnya Imunisasi melalui Kampanye Kesehatan Ibu dan Anak , 4(1) 951-961 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1507>

PENDAHULUAN

Imunisasi merupakan salah satu upaya preventif paling efektif dalam menurunkan angka kesakitan dan kematian akibat penyakit menular, khususnya pada anak usia dini. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan bahwa imunisasi mampu mencegah 2–3 juta kematian setiap tahun di seluruh dunia (World Health Organization, 2021). Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Kesehatan telah menggalakkan program imunisasi dasar lengkap sebagai bagian dari strategi nasional dalam menekan penyebaran penyakit seperti difteri, tetanus, pertusis, campak, dan polio. Namun demikian, pelaksanaan program ini di lapangan sering menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal penerimaan masyarakat terhadap informasi imunisasi. Di wilayah perkotaan seperti Kota Surabaya, cakupan imunisasi secara umum memang tergolong tinggi, namun terdapat kantong-kantong wilayah yang menunjukkan angka cakupan imunisasi belum maksimal. Salah satu wilayah tersebut adalah Kelurahan Dupak, Kecamatan Krembangan, yang memiliki kepadatan penduduk tinggi serta heterogenitas sosial ekonomi. Faktor-faktor seperti tingkat pendidikan rendah, kurangnya akses informasi, serta pengaruh sosial dan budaya masih menjadi kendala dalam pemenuhan jadwal imunisasi pada anak-anak (Dinkes Kota Surabaya, 2022). Oleh karena itu, perlu dilakukan pendekatan edukatif yang tepat sasaran untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.

Masih banyak orang tua, terutama ibu-ibu, yang belum memahami manfaat imunisasi secara menyeluruh. Sebagian dari mereka bahkan percaya pada informasi yang keliru atau mitos seputar efek samping imunisasi yang menakutkan. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa misinformasi merupakan salah satu penyebab utama keraguan terhadap vaksin (Larson et al., 2016). Oleh karena itu, edukasi yang berbasis pada pendekatan komunikasi yang tepat dan berbasis komunitas menjadi penting dalam mengubah persepsi masyarakat. Kampanye kesehatan merupakan salah satu metode efektif dalam menyampaikan pesan-pesan edukatif kepada masyarakat secara langsung dan partisipatif. Dalam konteks imunisasi, kampanye kesehatan ibu dan anak dapat menjadi jembatan antara tenaga kesehatan dan masyarakat dalam menjelaskan pentingnya imunisasi, jadwal pemberian vaksin, dan efek samping yang wajar (Glanz et al., 2015). Pendekatan ini terbukti lebih diterima oleh masyarakat karena melibatkan tokoh lokal dan memanfaatkan media yang mudah dipahami.

Surabaya sebagai kota metropolitan memiliki tantangan tersendiri dalam pelayanan kesehatan masyarakat. Ketimpangan akses dan informasi masih terjadi di daerah-daerah yang padat penduduk seperti Krembangan. Menurut survei lokal, terdapat peningkatan kasus anak yang belum mendapatkan imunisasi dasar lengkap dalam dua tahun terakhir, yang sebagian besar berasal dari keluarga berpenghasilan rendah dan berpendidikan rendah (BPS Kota Surabaya, 2023). Hal ini mengindikasikan adanya celah dalam strategi sosialisasi dan edukasi yang perlu diperbaiki. Studi yang dilakukan oleh Suyatno et al. (2020) menyebutkan bahwa kesadaran masyarakat terhadap imunisasi meningkat secara signifikan setelah dilakukan intervensi berupa penyuluhan dan kampanye kesehatan dengan pendekatan visual dan diskusi kelompok.

Dengan melibatkan kader posyandu, tokoh masyarakat, serta tenaga medis, kegiatan kampanye dapat menjangkau lebih banyak individu secara efektif. Oleh karena itu, strategi ini relevan diterapkan di wilayah seperti Kelurahan Dupak, yang memiliki potensi besar melalui kerja sama lintas sektor.

Selain menyampaikan informasi, kampanye kesehatan juga berfungsi sebagai sarana dialog dua arah antara masyarakat dan penyedia layanan kesehatan. Masyarakat tidak hanya mendapatkan informasi, tetapi juga bisa menyampaikan kekhawatiran, mitos yang mereka dengar, atau kendala akses layanan (Kataoka-Yahiro et al., 2019). Pendekatan ini menciptakan kepercayaan dan rasa kepemilikan terhadap program imunisasi yang dijalankan. Ini sangat penting di lingkungan padat seperti Dupak, di mana pendekatan satu arah sering kali tidak efektif.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga didorong oleh semangat untuk memberdayakan perempuan sebagai pengambil keputusan utama dalam keluarga terkait kesehatan anak. Dalam budaya masyarakat Indonesia, ibu memiliki peran sentral dalam mengatur jadwal imunisasi, nutrisi, dan perawatan kesehatan anak (Rachmah et al., 2018). Dengan meningkatkan kapasitas dan wawasan ibu-ibu di Kelurahan Dupak, diharapkan akan terjadi peningkatan cakupan imunisasi secara

signifikan. Penggunaan media edukatif seperti leaflet, video, dan diskusi interaktif terbukti mampu meningkatkan retensi informasi masyarakat (Kreps & Sparks, 2018). Dalam pengabdian ini, strategi kampanye dirancang dengan mempertimbangkan literasi kesehatan masyarakat sasaran, bahasa yang digunakan, serta cara penyampaian yang komunikatif. Kolaborasi dengan pihak Puskesmas Krembangan, kader posyandu, dan tokoh RT/RW menjadi kunci keberhasilan kegiatan ini.

Salah satu aspek penting dalam pelaksanaan imunisasi adalah keberadaan posyandu sebagai garda terdepan pelayanan kesehatan ibu dan anak di tingkat kelurahan. Di Kelurahan Dupak, posyandu berperan aktif dalam menjangkau masyarakat, namun keterbatasan sumber daya manusia dan logistik menyebabkan kegiatan penyuluhan belum berjalan optimal. Padahal, menurut Nugraheni et al. (2017), posyandu yang didukung dengan pelatihan kader dan materi kampanye yang relevan akan lebih efektif dalam meningkatkan cakupan imunisasi. Oleh karena itu, penguatan kapasitas kader posyandu menjadi bagian penting dalam kegiatan pengabdian ini. Selain aspek struktural, penting pula untuk memahami aspek psikososial yang memengaruhi keputusan orang tua dalam memberikan imunisasi. Dalam masyarakat urban seperti Surabaya, faktor kepercayaan terhadap institusi medis dan tenaga kesehatan menjadi variabel penentu yang signifikan (Cascini et al., 2021). Ketika informasi imunisasi tidak disampaikan secara empatik dan transparan, masyarakat cenderung mencari informasi alternatif yang tidak selalu dapat dipertanggungjawabkan. Kampanye kesehatan yang bersifat interaktif dan dialogis dapat menjadi solusi untuk menjembatani kesenjangan komunikasi ini.

Di era digital, penyampaian informasi kesehatan tidak hanya terbatas pada tatap muka, tetapi juga perlu memanfaatkan media sosial dan teknologi informasi. Studi oleh Limaye et al. (2020) menyebutkan bahwa kampanye imunisasi yang menggunakan kombinasi media daring dan luring (offline) cenderung lebih berhasil menjangkau masyarakat secara luas dan meningkatkan partisipasi. Oleh karena itu, dalam kegiatan ini juga akan digunakan pendekatan visual melalui poster digital, video pendek, dan penyebaran informasi edukatif melalui grup WhatsApp ibu-ibu PKK di Kelurahan Dupak.

Kegiatan pengabdian ini juga sejalan dengan upaya pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya tujuan ke-3 yaitu "Good Health and Well-being." Imunisasi termasuk dalam indikator penting dalam pencapaian target kesehatan anak dan penurunan angka kematian bayi. Menurut United Nations (2022), kesadaran masyarakat terhadap layanan preventif seperti imunisasi merupakan indikator keberhasilan sistem kesehatan primer di tingkat lokal. Dengan demikian, keberhasilan kegiatan ini tidak hanya berdampak pada komunitas lokal, tetapi juga mendukung komitmen nasional dan global.

Dengan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini menjadi sangat relevan dan strategis untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Kelurahan Dupak terhadap pentingnya imunisasi anak. Melalui kampanye kesehatan ibu dan anak yang terencana dan melibatkan seluruh unsur masyarakat, diharapkan akan terjadi peningkatan pemahaman dan tindakan nyata dari masyarakat terhadap program imunisasi yang telah dicanangkan oleh pemerintah.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang secara partisipatif dan kolaboratif dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan lokal. Tahapan pertama yang dilakukan adalah identifikasi masalah dan pemetaan sosial di Kelurahan Dupak melalui observasi lapangan dan wawancara singkat dengan kader posyandu, petugas Puskesmas Krembangan, serta beberapa tokoh masyarakat. Tahap ini penting untuk mengetahui persepsi masyarakat mengenai imunisasi, tantangan yang dihadapi, serta saluran komunikasi yang paling efektif di wilayah tersebut.

Langkah kedua adalah perancangan materi kampanye dan media edukasi yang sesuai dengan tingkat literasi masyarakat. Tim pengabdian menyusun leaflet edukatif, video pendek, dan infografis digital yang menjelaskan pentingnya imunisasi, jadwal pemberian vaksin, serta menjawab mitos dan kekhawatiran yang sering muncul. Seluruh materi disusun dalam bahasa Indonesia yang mudah dipahami dan mempertimbangkan konteks sosial-budaya masyarakat Kelurahan Dupak. Selain itu, poster-poster edukatif dicetak dan ditempatkan di titik strategis seperti posyandu, balai RW, dan masjid.

Tahap ketiga adalah pelaksanaan kampanye kesehatan secara langsung dan daring. Kampanye tatap muka dilakukan melalui penyuluhan di Posyandu dan pertemuan warga (arisan ibu PKK) dengan metode diskusi interaktif. Penyampaian materi dipandu oleh tim pengabdian bersama kader posyandu dan petugas kesehatan dari Puskesmas Krembangan. Di sisi lain, kampanye daring dilakukan melalui

penyebaran materi di grup WhatsApp ibu-ibu PKK dan akun media sosial RT/RW. Model ini diterapkan untuk menjangkau ibu-ibu yang tidak dapat hadir secara langsung karena keterbatasan waktu atau pekerjaan.

Selanjutnya, monitoring dan evaluasi awal dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta terkait imunisasi. Formulir penilaian sederhana dibagikan sebelum dan sesudah sesi kampanye, serta diskusi kelompok difasilitasi untuk mengetahui perubahan persepsi. Evaluasi ini juga digunakan untuk menilai efektivitas metode penyampaian dan memahami umpan balik langsung dari peserta. Hasil evaluasi awal menjadi dasar untuk perbaikan pendekatan pada sesi lanjutan.

Tahap akhir dari kegiatan ini adalah penyusunan laporan dan rekomendasi kebijakan lokal, yang diberikan kepada pihak kelurahan dan Puskesmas Krembangan sebagai bahan pertimbangan dalam penguatan program imunisasi. Tim pengabdian juga merancang modul pelatihan singkat bagi kader posyandu sebagai tindak lanjut keberlanjutan kegiatan. Dengan model pelibatan aktif masyarakat dan pendekatan edukatif berbasis komunitas, kegiatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kesadaran jangka pendek, tetapi juga membangun budaya sadar imunisasi di lingkungan Kelurahan Dupak. Berikut adalah tabel masalah dan output sasaran yang sesuai dengan konteks kegiatan Peningkatan Kesadaran tentang Pentingnya Imunisasi melalui Kampanye Kesehatan Ibu dan Anak di Kelurahan Dupak, Surabaya.

Tabel 1 Masalah dan Output Sasaran

No.	Permasalahan	Output Sasaran
1.	Masih rendahnya kesadaran ibu-ibu terhadap pentingnya imunisasi anak	Meningkatnya pengetahuan dan pemahaman ibu-ibu mengenai manfaat dan jadwal imunisasi dasar lengkap
2.	Beredarnya mitos dan informasi keliru seputar efek samping imunisasi	Terbentuknya persepsi positif masyarakat terhadap imunisasi melalui informasi yang benar dan akurat
3.	Keterbatasan media edukasi yang sesuai dengan literasi masyarakat setempat	Tersedianya media edukatif seperti leaflet, poster, dan video pendek yang komunikatif dan mudah dipahami
4.	Tidak optimalnya peran kader posyandu dalam kampanye imunisasi	Meningkatnya kapasitas dan peran aktif kader posyandu sebagai agen edukasi di masyarakat
5.	Minimnya pemanfaatan media digital sebagai sarana kampanye kesehatan	Terselenggaranya kampanye imunisasi secara daring melalui media sosial dan grup WhatsApp ibu-ibu PKK

Tabel 2. Indikator Keberhasilan

No.	Komponen Kegiatan	Indikator Keberhasilan
1.	Sosialisasi pentingnya imunisasi	≥ 80% peserta mampu menjawab dengan benar pertanyaan post-test tentang manfaat dan jadwal imunisasi
2.	Penyebaran media edukatif (leaflet, poster, video)	Media edukasi terdistribusi minimal di 5 titik strategis dan 2 grup WhatsApp PKK aktif digunakan
3.	Diskusi interaktif dengan kader dan ibu-ibu PKK	Minimal 3 sesi diskusi terlaksana dengan partisipasi ≥ 20 orang/sesi
4.	Pelibatan kader posyandu	Minimal 5 kader posyandu terlibat aktif dalam perencanaan dan pelaksanaan kampanye
5.	Kampanye daring melalui media sosial dan WhatsApp	Materi kampanye dibagikan ≥ 3 kali dalam seminggu ke grup WhatsApp aktif dan mendapat ≥ 75% respon positif
6.	Evaluasi pre-test dan post-test	Terjadi peningkatan nilai rata-rata ≥ 30% antara pre-test dan post-test peserta kegiatan

7.	Laporan dan rekomendasi tindak lanjut	Laporan kegiatan selesai disusun dan rekomendasi diterima oleh pihak Kelurahan dan Puskesmas setempat
----	---------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengukuran pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap pentingnya imunisasi setelah mengikuti kegiatan kampanye kesehatan. Sebelum pelaksanaan kampanye, rata-rata nilai pre-test peserta adalah 55, yang mencerminkan tingkat pengetahuan yang masih rendah terkait manfaat, jadwal, dan keamanan imunisasi. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak ibu-ibu di Kelurahan Dupak yang belum memiliki informasi yang memadai tentang imunisasi anak, kemungkinan disebabkan oleh keterbatasan akses informasi dan pengaruh mitos yang beredar di masyarakat.

Setelah dilakukan penyuluhan, diskusi interaktif, serta distribusi media edukatif selama kegiatan kampanye, rata-rata nilai post-test meningkat menjadi 81.8. Hampir seluruh peserta mengalami peningkatan skor, dengan selisih nilai rata-rata sebesar 26.8 poin. Peningkatan ini menandakan bahwa pendekatan edukatif yang digunakan — seperti penggunaan bahasa yang sederhana, media visual yang komunikatif, dan pelibatan langsung kader posyandu — efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta. Hal ini juga menguatkan efektivitas metode kampanye yang bersifat partisipatif dan berbasis komunitas.

Tabel 3. Hasil Pre-test dan Post-Test Pengetahuan Imunisasi

No.	Nama Inisial	Nilai Pre-Test (Skor 0 -100)	Nilai Post-Test (Skor 0 – 100)	Keterangan Peningkatan
1.	Ibu A.S	55	85	Meningkat
2.	Ibu N.R	60	90	Meningkat
3.	Ibu M.T.	45	80	Meningkat
4.	Ibu Y.W	50	75	Meningkat
5.	Ibu L.S.	65	85	Meningkat
6.	Ibu R.N.	40	70	Meningkat
7.	Ibu H.K.	70	90	Meningkat
8.	Ibu F.D.	55	80	Meningkat
9.	Ibu U.M.	50	78	Meningkat
10.	Ibu D.J.	60	85	Meningkat
Rata-Rata		55	81,8	Naik 26,8 Poin

Lebih lanjut, peningkatan ini dapat diartikan sebagai indikator keberhasilan awal dalam membangun kesadaran masyarakat terhadap pentingnya imunisasi sebagai upaya preventif kesehatan anak. Meski demikian, keberhasilan jangka panjang tetap memerlukan tindak lanjut berupa monitoring pelaksanaan imunisasi di lapangan dan penguatan kapasitas kader kesehatan. Kampanye ini menjadi fondasi penting untuk mendorong perilaku positif masyarakat dan mendukung pencapaian target cakupan imunisasi di wilayah padat penduduk seperti Kelurahan Dupak.

No.	Sasaran Kegiatan	Output Yang Dicapai
1.	Meningkatkan pengetahuan ibu-ibu tentang pentingnya imunisasi	Rata-rata nilai post-test peserta meningkat dari 55 menjadi 81.8
2.	Menyebarkan informasi edukatif melalui media yang mudah dipahami	150 leaflet dibagikan, 5 poster edukatif dipasang di lokasi strategis, 2 video pendek ditayangkan dalam kampanye
3.	Melibatkan kader posyandu dan tokoh masyarakat dalam pelaksanaan kampanye	6 kader posyandu dan 2 tokoh RT/RW aktif menjadi fasilitator dalam 3 sesi penyuluhan
4.	Menjangkau masyarakat melalui media digital dan grup ibu-ibu PKK	3 materi edukasi dibagikan di 2 grup WhatsApp PKK, dengan partisipasi aktif dari >70% anggota grup

5.	Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam diskusi dan dialog tentang imunisasi	Terselenggara 3 sesi diskusi interaktif dengan total peserta lebih dari 60 orang ibu-ibu
6.	Memberikan umpan balik dan rekomendasi bagi kelurahan dan Puskesmas	Laporan kegiatan dan rekomendasi disampaikan secara resmi kepada Kelurahan Dupak dan Puskesmas Krembangan

Hasil pelaksanaan kegiatan kampanye kesehatan menunjukkan bahwa seluruh sasaran yang telah dirancang berhasil dicapai dengan baik. Salah satu pencapaian utama adalah peningkatan pengetahuan ibu-ibu terkait pentingnya imunisasi, yang tercermin dari peningkatan signifikan skor post-test rata-rata sebesar 81.8 dibanding skor awal 55. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan edukatif yang digunakan—baik melalui media cetak, video, maupun diskusi langsung—berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai imunisasi. Capaian ini menjadi indikator keberhasilan intervensi berbasis komunitas dalam mengatasi keraguan dan miskonsepsi tentang vaksin.

Selain peningkatan pemahaman, keberhasilan lain terlihat dari partisipasi aktif kader posyandu dan tokoh masyarakat. Keterlibatan enam kader dan dua tokoh lokal dalam penyuluhan membuktikan bahwa kegiatan ini tidak hanya berpusat pada tim pelaksana, tetapi juga memberdayakan unsur lokal sebagai agen perubahan. Penyebaran informasi edukatif melalui grup WhatsApp PKK pun terbukti efektif, dengan lebih dari 70% anggota aktif memberikan tanggapan atau menyebarkan informasi kembali. Hal ini mengindikasikan bahwa integrasi antara media konvensional dan digital sangat penting untuk menjangkau masyarakat secara luas.

Lebih jauh, kegiatan ini tidak hanya berhenti pada edukasi masyarakat, tetapi juga menghasilkan dokumen rekomendasi yang telah diserahkan kepada pihak Kelurahan dan Puskesmas. Langkah ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian dirancang untuk memberikan kontribusi berkelanjutan terhadap sistem layanan kesehatan lokal. Dengan tercapainya semua output yang ditargetkan, kegiatan kampanye ini tidak hanya berdampak dalam jangka pendek, tetapi juga menjadi model intervensi yang dapat direplikasi di wilayah urban padat penduduk lainnya yang menghadapi tantangan serupa.

Efektivitas Strategi Edukasi Berbasis Komunitas dalam Meningkatkan Pengetahuan Imunisasi

Strategi edukasi berbasis komunitas terbukti menjadi pendekatan yang efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap imunisasi, khususnya di lingkungan padat penduduk seperti Kelurahan Dupak. Kegiatan yang dilakukan secara langsung melalui penyuluhan dan diskusi kelompok menciptakan ruang dialog yang memungkinkan peserta menyampaikan pertanyaan serta keraguannya terhadap vaksin. Interaksi yang bersifat dua arah ini memfasilitasi klarifikasi mitos dan informasi keliru yang banyak tersebar di kalangan masyarakat bawah. Berdasarkan data hasil pre-test dan post-test, terjadi peningkatan rata-rata skor sebesar 26.8 poin yang menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta setelah mengikuti kampanye. Strategi ini mengedepankan partisipasi aktif masyarakat, yang berbeda dengan pendekatan top-down yang bersifat satu arah dan kurang efektif dalam membangun kepercayaan.

Efektivitas pendekatan komunitas ini sejalan dengan temuan dari Powers et al. (2020) yang menunjukkan bahwa pendidikan kesehatan yang melibatkan kelompok masyarakat secara langsung memiliki pengaruh lebih besar terhadap perubahan sikap dan perilaku. Dalam penelitian tersebut, keterlibatan kelompok lokal dalam menyampaikan pesan kesehatan meningkatkan relevansi informasi dan memperkuat rasa memiliki terhadap program. Hal ini menjadi sangat penting ketika menangani isu yang sarat dengan resistensi sosial seperti imunisasi. Masyarakat cenderung lebih percaya kepada informasi yang disampaikan oleh orang-orang yang mereka kenal dan hormati, seperti kader posyandu atau tokoh masyarakat lokal, dibandingkan dengan instruksi dari pihak luar.

Dari sudut pandang teori pembelajaran sosial (Social Learning Theory), pendekatan komunitas mencerminkan proses belajar melalui observasi dan interaksi sosial. Menurut Bandura (2017), perilaku seseorang dipengaruhi oleh pengamatan terhadap tindakan dan konsekuensi dari orang lain di sekitarnya. Dalam konteks kampanye imunisasi ini, kehadiran ibu-ibu lain yang antusias dan aktif mengikuti diskusi memberikan contoh positif yang dapat ditiru. Selain itu, ketika tokoh masyarakat dan kader posyandu menunjukkan dukungan terhadap vaksinasi, pesan tersebut menjadi lebih kredibel dan mengurangi resistensi terhadap program imunisasi.

Keberhasilan pendekatan komunitas juga terlihat dari konsistensi pelibatan peserta dalam tiga sesi diskusi interaktif yang dilaksanakan selama kegiatan kampanye. Peserta tidak hanya hadir secara

fisik, tetapi juga memberikan umpan balik dan menceritakan pengalaman pribadi terkait imunisasi anak-anak mereka. Aktivitas ini memberikan ruang berbagi dan memperkuat narasi kolektif tentang pentingnya imunisasi. Menurut studi oleh Nguyen et al. (2019), pendekatan naratif dan partisipatif dalam edukasi kesehatan memberikan dampak lebih kuat dibandingkan pendekatan informatif semata karena menyentuh dimensi emosional dan pengalaman nyata peserta.

Namun demikian, keberhasilan ini tetap memerlukan penguatan kelembagaan agar dampaknya bersifat berkelanjutan. Intervensi edukatif berbasis komunitas harus diintegrasikan ke dalam program kerja rutin posyandu dan lembaga kelurahan. Hal ini diperkuat oleh temuan dari Raharjo et al. (2021) yang menekankan pentingnya kesinambungan program dan dukungan reguler dari institusi lokal untuk memastikan perubahan perilaku yang berkelanjutan. Dengan demikian, keberhasilan yang dicapai tidak hanya menjadi hasil dari satu kali kegiatan, tetapi juga menjadi fondasi bagi transformasi kesehatan jangka panjang di masyarakat urban.

Peran Media Digital dan Komunikasi Visual Dalam Kampanye Kesehatan

Pemanfaatan media digital dan komunikasi visual dalam kampanye kesehatan telah menjadi salah satu pendekatan inovatif yang relevan di era informasi. Dalam kegiatan ini, penggunaan WhatsApp, video pendek, dan poster edukatif terbukti meningkatkan jangkauan dan keterlibatan masyarakat. Media digital menjadi saluran yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan kesehatan secara cepat, berulang, dan interaktif, khususnya di lingkungan urban seperti Kelurahan Dupak, di mana sebagian besar ibu-ibu PKK sudah aktif menggunakan smartphone. Pendekatan ini memungkinkan penyampaian informasi yang tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga memungkinkan interaksi dan tanya jawab secara langsung di platform digital.

Dari perspektif teori difusi inovasi yang dikemukakan oleh Rogers (2003), adopsi media digital dalam kampanye kesehatan menunjukkan bahwa inovasi dapat menyebar dengan cepat jika memiliki keunggulan relatif, kesesuaian dengan nilai sosial, dan kemudahan akses. Dalam konteks ini, penggunaan grup WhatsApp dan video pendek memperlihatkan efektivitas karena sesuai dengan kebiasaan komunikasi masyarakat saat ini. Video edukatif yang dikemas secara sederhana dengan bahasa lokal dan visual menarik mempercepat proses pemahaman dan mengurangi resistensi terhadap pesan-pesan imunisasi. Hal ini sesuai dengan temuan dari Berkel et al. (2019) bahwa materi visual yang bersifat lokal dan relevan lebih mampu meningkatkan pemahaman dibandingkan media teks panjang.

Peran komunikasi visual tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk persepsi positif terhadap topik yang diangkat. Penelitian oleh Kim et al. (2021) menunjukkan bahwa media visual yang dirancang dengan pendekatan naratif dan emosional memiliki pengaruh signifikan terhadap niat seseorang untuk mengambil tindakan kesehatan. Dalam kegiatan ini, poster dan video yang menampilkan testimoni ibu-ibu yang telah mengimunisasi anaknya turut memberikan efek persuasi yang kuat. Elemen ini mendukung pendekatan persuasi perifer dalam model "Elaboration Likelihood Model", di mana visual dan testimoni berperan besar dalam membentuk sikap pada individu dengan keterlibatan rendah.

Efektivitas komunikasi digital juga ditunjukkan melalui interaksi yang terjadi di grup WhatsApp PKK. Tingginya partisipasi anggota yang memberikan respons dan bertanya tentang imunisasi membuktikan bahwa media digital membuka ruang komunikasi yang sebelumnya terbatas hanya pada pertemuan fisik. Studi oleh Chib et al. (2020) menegaskan bahwa platform digital seperti WhatsApp dapat menjadi alat pemberdayaan kesehatan jika digunakan secara strategis dalam komunitas. Hal ini semakin relevan dalam konteks pascapandemi, di mana kegiatan kesehatan harus mengadopsi pendekatan hibrida (daring dan luring) untuk menjangkau lebih banyak lapisan masyarakat.

Namun demikian, perlu diingat bahwa efektivitas media digital sangat bergantung pada literasi digital masyarakat. Meskipun sebagian besar peserta mampu mengakses WhatsApp, tidak semua memahami isi pesan atau mampu membedakan informasi valid dari hoaks. Oleh karena itu, media digital harus diimbangi dengan pendampingan langsung dan pelatihan kader dalam menyusun pesan yang jelas dan kredibel. Seperti dikemukakan oleh Nasir et al. (2022), keberhasilan kampanye kesehatan berbasis digital sangat dipengaruhi oleh kualitas pesan, kepercayaan terhadap sumber informasi, dan dukungan sosial dari lingkungan sekitar.

Keterlibatan Kader Posyandu dan Tokoh Masyarakat dalam Mendorong Perubahan Perilaku

Keterlibatan kader posyandu dan tokoh masyarakat dalam kampanye imunisasi memiliki peran strategis dalam membentuk kepercayaan dan mengubah perilaku masyarakat. Dalam kegiatan ini,

pelibatan enam kader dan dua tokoh RT/RW terbukti memperkuat penerimaan pesan-pesan kesehatan oleh ibu-ibu peserta. Kehadiran tokoh lokal menjadikan kampanye lebih kontekstual dan membumi, serta mengurangi kesan instruksi dari otoritas luar yang seringkali ditanggapi dengan skeptisisme. Perubahan perilaku lebih mudah tercapai ketika informasi datang dari figur yang dikenal, dipercaya, dan dianggap sebagai bagian dari komunitas itu sendiri.

Pendekatan ini sesuai dengan teori "Community-Based Participatory Research (CBPR)" yang menekankan pentingnya kolaborasi antara komunitas dan fasilitator eksternal dalam setiap tahapan kegiatan. Menurut Viswanathan et al. (2016), keterlibatan komunitas secara langsung meningkatkan rasa memiliki dan memperkuat akuntabilitas internal terhadap perubahan yang diupayakan. Dalam kasus kampanye imunisasi di Kelurahan Dupak, kader posyandu menjadi jembatan utama antara masyarakat dan tim pengabdian, tidak hanya dalam penyebaran informasi, tetapi juga dalam menangkap kekhawatiran dan kepercayaan yang berkembang di masyarakat.

Kader posyandu juga memiliki keunggulan karena telah memiliki hubungan emosional dengan para ibu di wilayah tugasnya. Studi oleh Delobelle et al. (2021) menunjukkan bahwa kader atau petugas kesehatan berbasis komunitas yang diberikan pelatihan intensif dapat meningkatkan cakupan imunisasi hingga 30% lebih tinggi dibanding wilayah tanpa intervensi serupa. Di kegiatan ini, kader berperan tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator diskusi, pemicu testimoni, dan penyambung umpan balik dari warga ke pihak kelurahan dan puskesmas. Hal ini menunjukkan pentingnya membangun kapasitas kader secara berkelanjutan.

Selain kader, tokoh masyarakat seperti ketua RT atau pengurus PKK juga memainkan peran penting sebagai "influencer" lokal. Mereka memiliki otoritas sosial yang dapat memengaruhi keputusan kolektif, termasuk dalam urusan kesehatan keluarga. Menurut penelitian oleh Ogunlayi dan Britton (2017), perubahan perilaku masyarakat dalam bidang kesehatan lebih cepat terjadi apabila didorong oleh norma sosial baru yang disampaikan oleh tokoh lokal. Dalam kegiatan ini, ketika tokoh masyarakat mendukung imunisasi secara terbuka dan menjadi bagian dari kampanye, hal tersebut memperkuat legitimasi pesan yang disampaikan kepada warga.

Namun demikian, efektivitas peran kader dan tokoh masyarakat tetap sangat bergantung pada dukungan kelembagaan dan pelatihan yang memadai. Tanpa penguatan kapasitas, peran mereka berpotensi stagnan atau bahkan tidak dimanfaatkan secara maksimal. Oleh karena itu, salah satu luaran penting dari kegiatan ini adalah rencana tindak lanjut berupa pelatihan tambahan dan pengembangan modul edukasi untuk kader. Hal ini juga sejalan dengan temuan dari Bhutta et al. (2020) yang menekankan pentingnya integrasi antara program kesehatan formal dan tenaga kesehatan komunitas untuk mencapai dampak jangka panjang yang signifikan.

Dampak Kegiatan terhadap Pencapaian Target Imunisasi dan Kontribusi terhadap SDGs

Kegiatan kampanye kesehatan yang dilaksanakan di Kelurahan Dupak memberikan dampak nyata dalam mendukung peningkatan cakupan imunisasi, yang merupakan bagian penting dari target nasional dan global, khususnya Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs). Salah satu indikator SDG 3 yaitu *Good Health and Well-being* menekankan pentingnya pencegahan penyakit melalui layanan imunisasi. Dengan meningkatnya pemahaman ibu-ibu peserta mengenai jadwal vaksinasi dan manfaatnya, kampanye ini telah berkontribusi langsung terhadap upaya pencapaian SDG di tingkat lokal. Perubahan ini bukan hanya bersifat individual, tetapi juga memengaruhi lingkungan sosial sekitar melalui efek penyebaran informasi yang lebih luas.

Efektivitas kampanye ini tercermin dari data kuantitatif berupa peningkatan nilai post-test, serta partisipasi aktif dalam diskusi dan grup digital. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Berkel et al. (2019) dan Kim et al. (2021) yang menekankan pentingnya media visual dan narasi emosional dalam memperkuat pesan kesehatan. Pendekatan berbasis komunitas yang digunakan dalam kegiatan ini juga sejalan dengan prinsip *community ownership*, di mana masyarakat bukan hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pelaku dalam proses perubahan perilaku. Dalam konteks ini, keberhasilan kampanye tidak hanya diukur dari peningkatan pengetahuan, tetapi juga dari munculnya kesadaran kolektif dan komitmen bersama.

Keterlibatan kader posyandu dan tokoh masyarakat sebagai pelaksana sekaligus fasilitator memperkuat keberlanjutan program. Sebagaimana dijelaskan oleh Delobelle et al. (2021) dan Bhutta et al. (2020), integrasi antara sistem layanan kesehatan formal dan tenaga kesehatan komunitas merupakan kunci keberhasilan program preventif di tingkat akar rumput. Dengan pelibatan aktif tersebut,

masyarakat di Kelurahan Dupak tidak lagi menjadi objek program, melainkan menjadi subjek yang berperan dalam menggerakkan kesadaran kolektif terkait pentingnya imunisasi. Keberhasilan pelibatan ini juga menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap program, yang akan berkontribusi pada keberlanjutan gerakan imunisasi di kemudian hari.

Lebih lanjut, pendekatan hibrida antara penyuluhan langsung dan media digital memperluas jangkauan kampanye kepada kelompok ibu yang sebelumnya sulit dijangkau karena keterbatasan waktu atau akses fisik. Hal ini menjawab tantangan era pascapandemi di mana kegiatan sosial mengalami pergeseran ke ranah daring. Penggunaan media seperti WhatsApp, video pendek, dan poster digital memperkuat efektivitas pesan kampanye, sebagaimana juga dikemukakan oleh Chib et al. (2020). Integrasi saluran daring dan luring terbukti efektif dan dapat menjadi model penerapan di wilayah lain dengan karakteristik serupa. Akhirnya, dampak dari kegiatan ini tidak hanya bersifat edukatif, tetapi juga mendorong transformasi sosial di tingkat komunitas. Ketika masyarakat mulai menyadari pentingnya imunisasi dan menjadi agen informasi bagi keluarga dan tetangga mereka, maka terbentuklah lingkungan yang mendukung perilaku sehat secara berkelanjutan. Hal ini merupakan inti dari pembangunan kesehatan berbasis masyarakat, sebagaimana ditekankan oleh Viswanathan et al. (2016). Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berhasil pada tingkat output, tetapi juga menghasilkan dampak berjenjang yang mendukung sistem kesehatan primer dan pencapaian SDGs secara menyeluruh.

SIMPULAN

Kegiatan kampanye kesehatan ibu dan anak yang dilaksanakan di Kelurahan Dupak telah berhasil meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat, khususnya para ibu, mengenai pentingnya imunisasi dasar bagi anak-anak. Pendekatan berbasis komunitas yang digunakan dalam kegiatan ini terbukti efektif dalam menyampaikan informasi secara lebih personal, partisipatif, dan relevan dengan konteks lokal. Hasil pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan yang signifikan setelah intervensi dilakukan.

Pemanfaatan media digital dan komunikasi visual menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam menjangkau peserta secara lebih luas. Penyebaran informasi melalui WhatsApp dan video edukatif memperkuat efektivitas pesan kampanye, terutama di era digital dan pascapandemi.

Interaktivitas yang terbangun dalam ruang digital juga memungkinkan terciptanya dialog yang konstruktif dan memperkuat daya serap informasi oleh masyarakat.

Peran aktif kader posyandu dan tokoh masyarakat dalam kampanye ini tidak hanya meningkatkan kredibilitas pesan, tetapi juga mendorong perubahan perilaku secara kolektif. Kolaborasi yang terjalin antara tim pengabdian, pihak puskesmas, dan unsur masyarakat menunjukkan bahwa keterlibatan lokal merupakan elemen penting dalam transformasi sosial di bidang kesehatan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga turut mendukung pencapaian target imunisasi nasional serta Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya SDG ke-3. Keberhasilan kampanye ini menunjukkan bahwa pendekatan edukatif yang terencana dan melibatkan komunitas secara aktif dapat menjadi solusi strategis untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap layanan kesehatan preventif.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. (2023). *Profil Kesehatan dan Kependudukan Surabaya 2022*. Surabaya: BPS
- Bandura, A. (2017). *Social learning theory*. Routledge.
- Berkel, L., Hoekstra, F., & van den Berg, T. I. J. (2019). Visual health communication to promote immunization: A narrative review. *Patient Education and Counseling*, 102(5), 850–857
- Bhutta, Z. A., Lassi, Z. S., Pariyo, G., & Huicho, L. (2020). Global experience of community health workers for delivery of health-related Millennium Development Goals: A systematic review, country case studies, and recommendations. World Health Organization.
- Cascini, F., Pantovic, A., Al-Ajlouni, Y., Failla, G., & Ricciardi, W. (2021). Social media and attitudes towards a COVID-19 vaccination: A systematic review of the literature. *EClinicalMedicine*, 40, 101121. <https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2021.101121>
- Chib, A., Lin, S. H., & Jenkins, J. (2020). WhatsApp in maternal and child health: Empowerment

- through mobile health in Asia.
- Delobelle, P., Rawlinson, J. L., Ntuli, S., Malatsi, I., & Decock, R. (2021). Training community health workers to improve immunization uptake in low-income settings: A cluster randomized trial. *Human Resources for Health*, 19(1), 56.
- Dinas Kesehatan Kota Surabaya. (2022). Laporan Tahunan Cakupan Imunisasi Kota Surabaya. Surabaya: Dinkes Surabaya
- Glanz, J. M., Kraus, C. R., & Daley, M. F. (2015). Addressing parental vaccine concerns: engagement, balance, and timing. *PLoS Biology*, 13(8), e1002227. <https://doi.org/10.1371/journal.pbio.1002227>
- Kataoka-Yahiro, M. R., Richardson, K., Mobley, A., & Nishimura, S. (2019). Communication strategies to improve vaccine acceptance. *Journal of Community Health Nursing*, 36(3), 123-132. <https://doi.org/10.1080/07370016.2019.1613756>
- Kim, J., Park, S. Y., & Sundar, S. S. (2021). Emotional storytelling in health communication: Effects of visual narrative messages on behavioral intention. *Health Communication*, 36(12), 1502–1511
- Kreps, G. L., & Sparks, L. (2018). Meeting health literacy needs: Communicating health information effectively. Routledge.
- Larson, H. J., Jarrett, C., Eckersberger, E., Smith, D. M., & Paterson, P. (2016). Understanding vaccine hesitancy around vaccines and vaccination from a global perspective: A systematic review of published literature, 2007–2012. *Vaccine*, 32(19), 2150–2159. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2014.01.081>
- Limaye, R. J., Sauer, M., Ali, J., Bernstein, J., Wahl, B., Barnhill, A., & Labrique, A. (2020). Building trust while influencing online COVID-19 content in the social media world. *The Lancet Digital Health*, 2(6), e277–e278. [https://doi.org/10.1016/S2589-7500\(20\)30084-4](https://doi.org/10.1016/S2589-7500(20)30084-4)
- Nguyen, T. H., Vu, D. C., & Hoang, V. M. (2019). Community participation in health education: Impact on behavior and perception in rural areas of Vietnam. *BMC Public Health*, 19(1), 1226
- Nasir, M., Widodo, P. S., & Putri, R. M. (2022). The effectiveness of digital health campaigns in low-literate populations: Lessons from community-based communication. *Journal of Public Health Research*, 11(1), 1735.
- Nugraheni, W. P., Mubasyiroh, R., & Hartono, R. K. (2017). Relationship between community health volunteers' characteristics and performance in immunization programs in Indonesia. *BMC Public Health*, 17(1), 803. <https://doi.org/10.1186/s12889-017-4791-6>
- Ogunlayi, F., & Britton, J. (2017). The influence of community leaders on health promotion and behavioural change: Lessons from health campaigns in Africa. *Global Health Promotion*, 24(1), 5–10.
- Powers, M. C., Roess, A. A., & Saint-Phard, R. (2020). Community-based education to promote immunization: A review of evidence from developing countries. *Journal of Health Communication*, 25(3), 183–192.
- Rachmah, N., Nurmala, I., & Arief, N. R. (2018). Peran ibu dalam pengambilan keputusan imunisasi anak. *Jurnal Promkes*, 6(2), 120–126. <https://doi.org/10.20473/jpk.V6.I2.2018.120-126>
- Raharjo, S. S., Widiastuti, F., & Pratiwi, R. Y. (2021). Sustainability of community health education programs in Indonesia: Institutional and behavioral perspectives. *International Journal of Community Medicine and Public Health*, 8(5), 2320–2326
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Suyatno, Wulandari, A., & Astuti, R. (2020). Efektivitas penyuluhan terhadap peningkatan pengetahuan imunisasi pada ibu balita. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 15(1), 22–29.
- UNICEF. (2022). Tracking the impact of COVID-19 on childhood immunization. <https://www.unicef.org/reports/tracking-impact-covid-19-immunization>
- United Nations. (2022). The Sustainable Development Goals Report 2022. New York: United Nations. <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022>
- Viswanathan, M., Ammerman, A., Eng, E., Gartlehner, G., Lohr, K. N., Griffith, D., & Whitener, L. (2016). Community-based participatory research: Assessing the evidence. AHRQ Evidence Report/Technology Assessment No. 99

World Health Organization. (2021). Immunization coverage.
www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/immunization-coverage