

**MANAJEMEN KAMPANYE PERCEPATAN *OPEN DEFECATION FREE*
(ODF) OLEH DINAS KESEHATAN WONOSOBO DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

Arimbi Ayyun Sejati

NIM : 19107030047

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN JUDUL

MANAJEMEN KAMPANYE PERCEPATAN *OPEN DEFECATION FREE*
(ODF) OLEH DINAS KESEHATAN WONOSOBO DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Arimbi Ayyun Sejati

NIM : 19107030047

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arimbi Ayyun Sejati

Nomor Induk Mahasiswa : 19107030047

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Skripsi saya ini adalah hasil karya dan atau penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 02 Juni 2023

Yang Menyatakan



Arimbi Ayyun Sejati

NIM. 19107030047

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
di tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Arimbi Ayyun Sejati
NIM : 19107030047
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

MANAJEMEN KAMPANYE PERCEPATAN OPEN DEFECATION FREE (ODF) OLEH DINAS KESEHATAN WONOSOBO DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

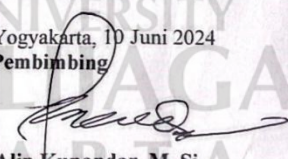
Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 10 Juni 2024
Pembimbing


Alip Kunandar, M. Si
NIP. 19760626 200901 1 010

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-849/Un.02/DSH/PP.00.9/07/2024

Tugas Akhir dengan judul : MANAJEMEN KAMPANYE PERCEPATAN OPEN DEFECATION FREE (ODF)
OLEH DINAS KESEHATAN WONOSOBO DALAM MENINGKATKAN
KESADARAN MASYARAKAT

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ARIMBI AYYUN SEJATI
Nomor Induk Mahasiswa : 19107030047
Telah diujikan pada : Rabu, 26 Juni 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Alip Kunandar, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 668c0ae923a9



Penguji I

Rahmah Attaymini, S.I.Kom., M.A.
SIGNED

Valid ID: 668b5d19c9047



Penguji II

Tariq Yazid, S.I.Kom., M.A.
SIGNED

Valid ID: 668c95477a62a



Yogyakarta, 26 Juni 2024

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 668d5bc2df330

MOTTO

Tidak tepat waktu bukan berarti tidak bisa, tak apa setiap orang punya waktunya masing-masing. Apapun rintangannya, selesaikanlah perjalanan yang sudah kamu mulai.

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

-Q.S Ar Rum: 60-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

Almamater Tercinta Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil ‘Alamiin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas limpahan Rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Manajemen Kampanye Percepatan *Open Defecation Free* (ODF) oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat”**. Tak lupa Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini telah mendapatkan banyak bimbingan, dukungan dan juga bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui tulisan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Rama Kertamukti, S.Sos, M,Sn selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing Akademik.
3. Alip Kunandar, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Rahmah Attaymini, S.I.Kom., M.A., dan Tariq Yazid, S.I.Kom., M.A., selaku Penguji 1 dan Penguji 2 yang telah memberikan masukan dan saran sehingga dapat membantu menyempurnakan skripsi ini.

5. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya kepada peneliti selama perkuliahan.
6. Kedua orang tua yang peneliti cintai, Teguh dan Dyas yang telah sabar membesarkan dan mendidik peneliti sehingga peneliti bisa sampai dititik ini, serta telah memberikan doa dan dukungan penuh kepada peneliti.
7. Pandu, Naja dan Nagusta, Bagus, dan Alexa adik tercinta yang selalu menyemangati peneliti selama penulisan skripsi ini.
8. Radhitia Haris, A.Md., Prita Puspitasari, S.KM., Pujiyati, S.ST dan Apriani Dany Susanti, S.KM selaku narasumber penelitian dari Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo.
9. Slamet dan Novita selaku triangulasi sumber dalam skripsi ini.
10. Sahabat terbaik, Rifna, Fatin, Ayud, Ida, Amal, Lintang, Hani, Naboct, Berlian, Fifi, Putbel, dan Rizkiana yang selalu peduli dan memberikan semangat kepada peneliti selama menyusun skripsi ini.
11. *My 911*, Dimas Fatahilah Bayu Suseto yang selalu siap membantu peneliti, selalu mendoakan, memberikan semangat dan mendukung peneliti dari perjalanan awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
12. Terima kasih juga untuk diri saya sendiri yang selalu sabar dan semangat dalam menghadapi masalah apapun, yang sudah bekerja keras dan percaya dalam menyusun skripsi ini tanpa rasa ingin menyerah.
13. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu per satu.

Peneliti bersyukur dan mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak tersebut, semoga Allah SWT membalas kebaikan dan melimpahkan rahmat-Nya kepada semua pihak, Aamiin.

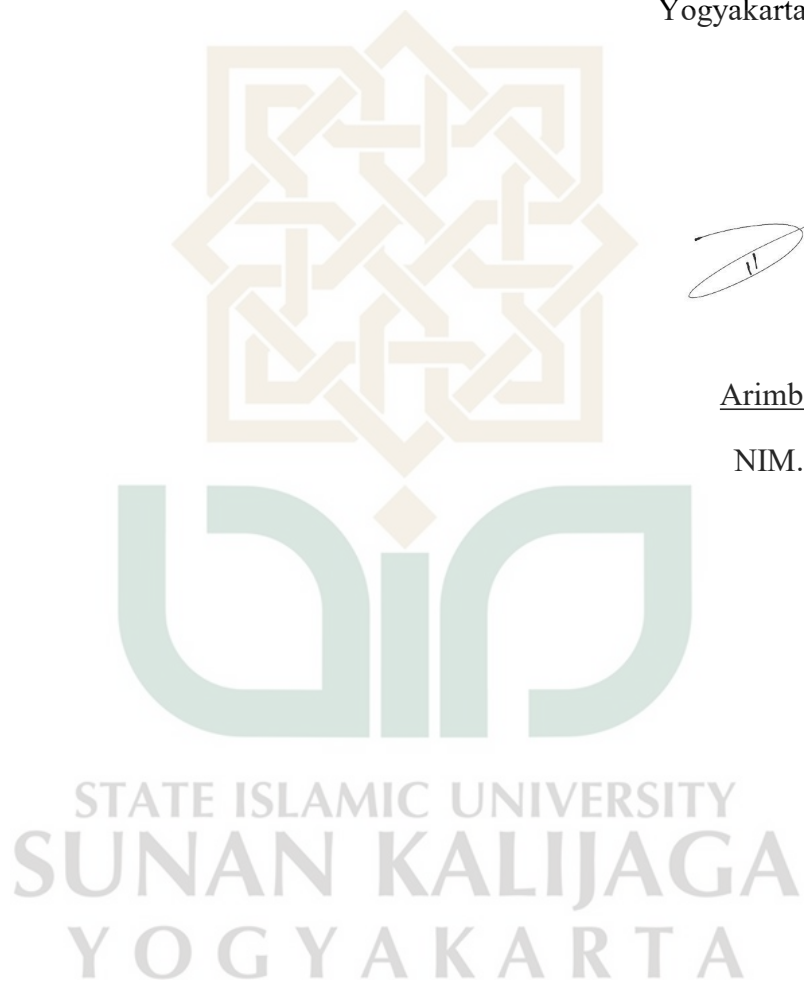
Yogyakarta, 02 Juni 2024

Peneliti,



Arimbi Ayyun Sejati

NIM. 19107030047



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Tinjauan Pustaka.....	10
F. Landasan Teori.....	18
G. Kerangka Pemikiran.....	33

H. Metodologi Penelitian	34
BAB II GAMBARAN UMUM.....	42
A. Gambaran Umum Daerah Kabupaten Wonosob	42
B. Gambaran Umum Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo	46
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	64
A. Analisis Perencanaan dalam Program Percepatan Open Defecation Free (ODF) oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo	68
B. Analisis Pelaksanaan dalam Program Percepatan Open Defecation Free (ODF) oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo	83
C. Analisis Evaluasi dalam Program Percepatan Open Defecation Free (ODF) oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo	101
D. Analisis Program Percepatan Open Defecation Free (ODF) oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo Berdasarkan Konteks Q.S Ali ‘Imran Ayat 104	107
BAB IV PENUTUP.....	110
A. Kesimpulan	110
B. Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1 . Tinjauan Pustaka	16
Tabel 2 . Pembagian Wilayah Kabupaten Wonosobo	43
Tabel 3 . Profil Narasumber	65
Tabel 4 . Analisis SWOT	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 . Akses Fasilitas Sanitasi Layak (Jamban Sehat) di Indonesia	3
Gambar 2 . Konten media sosial Dinas Kesehatan Wonosobo	5
Gambar 3 . Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4 . Peta Wilayah Kabupaten Wonosobo	42
Gambar 5 . Struktur Organisasi Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo	57
Gambar 6 . Tangkapan Layar Kegiatan Pemasangan Stiker Gema Bang Jamet di Angkutan Umum	89
Gambar 7 . Kegiatan Siaran keliling Tentang Jamban Sehat dan Layak	90
Gambar 8 . Banner Informasi Pelaporan Gema Bang Jamet	91
Gambar 9 . Tangkapan Layar Konten Instagram Tentang Gema Bang Jamet	92
Gambar 10 . Tangkapan Layar Konten Instagram @promkeskabwonosobo .	93
Gambar 11 . Tangkapan Layar Bentuk Aplikasi Pelaporan Gema Bang Jamet	94
Gambar 12 . Akses Terhadap Sanitasi Layak (Jamban Sehat) Kabupaten Wonosobo Tahun 2022	105
Gambar 13 . Akses Terhadap Sanitasi Layak (Jamban Sehat) Kabupaten Wonosobo Tahun 2023	106

ABSTRACT

The Open Defecation Free (ODF) acceleration program campaign is an effort to eliminate open defecation by promoting the use of proper latrines and complying with sanitation regulations. The purpose of this research is to explain the implementation of campaign management carried out by the Wonosobo Health Office's Open Defecation Free (ODF) campaign to increase public awareness. This research uses descriptive qualitative methods with data collection techniques using interviews, documentation, and literature studies. The results of this research show that the implementation of the program is in accordance with campaign management theory. Sanitarian reports and field surveys identified problems during the planning phase. The strategy used was to build commitment and collaboration and utilize conventional and new media as information dissemination channels. The program was implemented by delivering messages about the adverse impacts of open defecation delivered by individuals with expertise and power. WhatsApp technology was utilized as a monitoring and reporting medium. Evaluation is carried out through coordination meetings and monitoring to assess the extent to which the program is running. However, further efforts are needed to overcome barriers and increase community participation to improve sanitation awareness and quality of life in Wonosobo. Through the Open Defecation Free (ODF) acceleration program, public awareness of sanitation and stopping open defecation has increased significantly.

Keywords: Campaign Management, Campaign, Open Defecation Free (ODF), Wonosobo Health Department

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo merupakan suatu instansi yang bertugas sebagai unsur pelaksana urusan pemerintahan pada bidang kesehatan yang memiliki kedudukan di bawah dan juga memiliki tanggung jawab kepada Bupati Wonosobo. Dalam arti lain bahwa Dinas kesehatan Wonosobo merupakan instansi pemerintahan Kabupaten Wonosobo yang bertanggung jawab secara keseluruhan pada bidang kesehatan di Kabupaten Wonosobo (Peraturan Bupati Wonosobo, 2022).

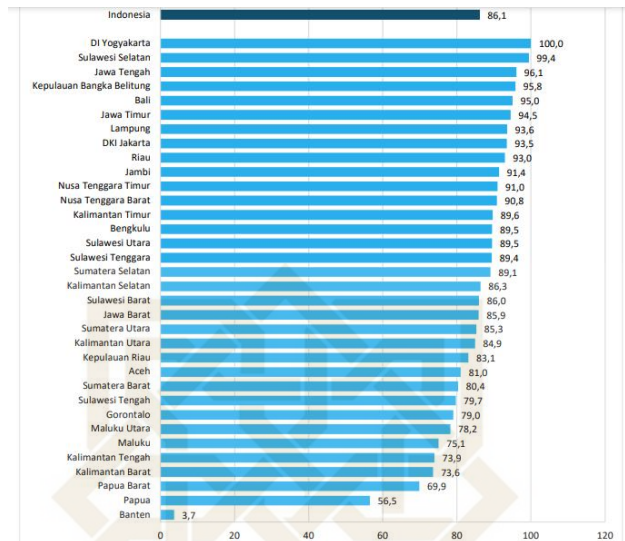
Dalam menyampaikan sebuah informasi kepada masyarakat, Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo melakukannya melalui program sosialisasi, pelatihan, penyuluhan, dan juga melalui kegiatan kampanye yang telah direncanakan sebelumnya. Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo sudah banyak sekali melakukan kegiatan kampanye, salah satunya dengan penyuluhan kepada masyarakat tentang bahaya buang air besar sembarangan atau dapat disingkat dengan BABS. Kita ketahui bersama, bahwa BABS merupakan kebiasaan buruk yang dapat menyebabkan mudahnya terjangkit penyakit melalui kotoran manusia seperti penyakit diare, kolera, hepatitis A, disentri, folio, hingga pada stunting. Tercatat data dari Kementerian Kesehatan RI tentang sanitasi, pada tahun 2020 tercatat bahwa sejumlah 8,6 juta rumah tangga yang ada di Indonesia masih mempraktikkan buang air besar secara sembarangan (Susanti, 2020).

Kebiasaan buang air besar secara sembarangan menjadi faktor yang dapat memperlambat peningkatan derajat kesehatan di Indonesia. Perlu diketahui bahwa kesehatan merupakan hak dasar bagi setiap manusia untuk mendapatkan kehidupan yang layak, sesuai dengan yang terkandung dalam Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan. Undang-Undang tersebut menjelaskan bahwa derajat kesehatan bangsa Indonesia harus digapai dengan setinggi-tingginya. Oleh karena itu, diperlukan sebuah upaya instansi pemerintah terkait dalam membuat suatu program dan juga adanya dukungan langsung dari masyarakat dalam mencapai derajat kesehatan. Sehingga nantinya bangsa Indonesia akan mencapai kondisi kesehatan yang lebih baik dan angka kesadaran masyarakatnya akan pentingnya kesehatan menjadi meningkat.

Berhenti buang air besar sembarangan (*stop* BABS) atau bisa disebut dengan *Open Defecation Free* (ODF) adalah suatu program untuk menghilangkan kebiasaan buang air besar disembarang tempat dengan membudayakan kebiasaan untuk buang air besar pada jamban yang sehat serta membangun dan memelihara fasilitas buang air besar yang layak sesuai dengan peraturan yang ada (Fauzi, Supena, & Hidayat, 2022).

Berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan tahun 2021, persentase keluarga yang sudah memiliki akses sarana sanitasi yang layak (jamban sehat) di Indonesia sudah menunjukkan angka yang cukup tinggi, yaitu sebanyak 86,1%. Dengan persentase tertinggi diduduki oleh Provinsi DI Yogyakarta sebesar 100%, sedangkan Provinsi Jawa Tengah menduduki posisi ketiga sebesar 96,1%. (Kementerian Kesehatan, 2022)

Gambar 1. Akses Fasilitas Sanitasi Layak (Jamban Sehat) di Indonesia



Sumber: Profil Kesehatan RI, 2021

Berdasarkan data dari Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Tengah, bahwa masih terdapat 6 Kabupaten di Jawa Tengah yang belum bebas dari kebiasaan buang air besar sembarangan atau belum 100% ODF. Salah satu kabupaten yang belum 100% ODF dan berada di posisi terakhir adalah kabupaten Wonosobo. Perilaku BABS di kabupaten ini masih cukup tinggi, perilaku BABS yang tercatat pada semester 1 tahun 2022, terdapat sebanyak 73.421 keluarga yang masih melakukan buang air besar sembarangan atau sebanyak 30% dari jumlah total keluarga di Wonosobo. (Sunandar, 2022)

Praktik BABS sendiri dikategorikan menjadi dua, yaitu BABS terbuka dan BABS tertutup. BABS terbuka adalah praktik buang air besar yang masih dilakukan di tempat yang terbuka, contohnya dilakukan di atas kolam dengan bentuk jamban yang hanya dibatasi oleh dinding kayu tanpa atap atau disebut dengan jamban helikopter. Dan untuk BABS tertutup adalah praktik buang air

besar yang dilakukan di tempat tertutup, contohnya sudah memiliki bangunan jamban yang layak tetapi untuk tempat pembuangan akhirnya masih di kolam, sawah, sungai, danau, tanah lapang atau kebun.

Di tahun 2022, perilaku BABS terbuka di Wonosobo masih terdapat sebanyak 5.814 Kepala keluarga (KK) dan untuk BABS tertutup sebanyak 66.476 Kepala Keluarga (KK) dari total KK di Wonosobo sebanyak 255.139 Kepala keluarga (KK). Dari total 15 kecamatan di Wonosobo berdasarkan data dari Dinas Kesehatan Wonosobo baru terdapat 4 kecamatan yang berhasil 100% *Open Defecation Free* (ODF) yaitu Kecamatan Kaliwiro, Leksono, Sukoharjo dan Watumalang.

Pada kenyataannya program percepatan *Open Defecation Free* (ODF) untuk menangani perilaku BABS di Kabupaten Wonosobo telah dilakukan sejak lama. Terbukti dari keberhasilan deklarasi *Open Defecation Free* (ODF) 100% Kecamatan Kaliwiro yang dilaksanakan di tahun 2017. Deklarasi *Open Defecation Free* (ODF) merupakan bentuk kesungguhan dan komitmen suatu daerah untuk menghentikan kebiasaan melakukan buang air besar secara sembarangan atau dengan kata lain sudah terbebas dari perilaku buang air besar secara sembarangan. Namun, dalam pelaksanaan program kampanye di Kabupaten Wonosobo kebanyakan masih dilaksanakan secara tatap muka dan masih kurangnya pemanfaatan media lain dalam pelaksanaannya. Pemanfaatan media lain seperti media baru (*new media*) seharusnya dapat memberikan dampak maksimal dalam proses kampanye, dimana mulai banyaknya masyarakat yang

mencari sebuah informasi melalui media online karena aksesnya yang dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja.

Gambar 2. Konten media sosial Dinas Kesehatan Wonosobo



Sumber: Instagram @dinkeswonosobo, 2022

Upaya Kabupaten Wonosobo dalam mempercepat *Open Defecation Free* (ODF) masih terbilang cukup lambat. Keterlambatan dalam proses tersebut dapat terjadi karena munculnya beberapa faktor penghambat. Faktor penghambat tersebut terdiri dari perilaku masyarakat yang belum *aware* dengan bahayanya buang air sembarangan, masyarakat yang terlalu bergantung pada dana dari pihak pemerintah, serta masih cukup sulitnya menghilangkan kebiasaan masyarakat dalam menghentikan perilaku BABS. Selain itu, kecakapan petugas kesehatan dalam menyampaikan informasi serta pemanfaatan media lain yang sedikit dalam penyebarluasan pesan kampanye juga dapat menjadi faktor penghambat dalam menyukseskan 100% *Open Defecation Free* (ODF). Terdapat beberapa faktor yang menjadi pengaruh dari adanya praktik buang air besar yaitu terdiri dari:

faktor pengetahuan, pendidikan, kebiasaan, ketersediaan sarana sanitasi jamban dan air bersih, geografis, dan peran petugas kesehatan. (Triyono, 2014)

Upaya percepatan *Open Defecation Free* (ODF) Kabupaten Wonosobo salah satunya dilakukan melalui suatu program kampanye karena kampanye merupakan kegiatan yang bersifat persuasif. Dimana kegiatan ini ingin memberikan pengaruh pada khalayak dalam mencapai suatu tujuan. Dalam arti lain, kampanye dapat dikatakan sebagai suatu proses mengajak yang dilakukan dengan sengaja untuk mengubah perilaku masyarakat menjadi lebih baik dari sebelumnya. Dalam Islam hal tersebut juga sudah diajarkan, untuk dapat mengajak dalam berbuat kebaikan dan menjauhkan dari perbuatan buruk . Seperti yang terdapat dalam Q.S Ali 'Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ
الْمُفْلِحُونَ ۝ ١٠٤

Artinya :

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.” (Q.S Ali Imran: 104)

Tafsir oleh Kementerian Agama Republik Indonesia bahwa dalam ayat ini Allah memerintahkan beberapa diantara umat manusia untuk mengajak manusia lainnya kepada kebaikan. Mengajak dalam berbuat yang baik dan menjauhi perbuatan yang buruk. Dan kepada mereka yang menjalankan hal tersebut maka di hadapan Allah SWT mereka akan memiliki kedudukan yang tinggi dan juga

mereka akan mendapatkan keselamatan di dunia dan juga di akhirat nantinya.
(Kementrian Agama Islam, n.d.)

Dengan kata lain, bahwa Allah sangat menyukai dan memerintahkan kepada umatnya untuk selalu mengajak sesama manusia dalam berbuat kebaikan. Dan dalam konteks penelitian ini, bentuk ajakan pada kebaikan berupa kampanye dalam penanganan BABS. Karena perilaku BABS merupakan kebiasaan kotor yang dapat memberikan pengaruh buruk pada kesehatan masyarakat dan hal tersebut merupakan sesuatu yang dipandang buruk dalam agama Islam. Oleh karena itu, upaya melalui kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Wonosobo dapat menjadi langkah dalam menangani masalah kebiasaan kotor tersebut.

Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo dalam upaya menangani kebiasaan masyarakat BABS membuat sebuah inovasi baru pada tahun 2022, melalui kegiatan kampanye yang termuat dalam peraturan Bupati Wonosobo Nomor 65 Tahun 2022 yang didalamnya menjelaskan tentang Sanitasi Total Berbasis Masyarakat. Peraturan tersebut memuat upaya percepatan *Open Defecation Free* (ODF) melalui Gerakan Masyarakat Bangun Jamban Sehat (Gema Bang Jamet). Program tersebut diwujudkan oleh Bupati Wonosobo dengan menggandeng Dinas Kesehatan Wonosobo untuk menjadi penanggung jawab dalam melaksanakan program Gema Bang Jamet. Kegiatan ini mengajak berbagai macam pihak mulai dari Bappeda, Dinas Lingkungan Hidup, Dinas Sosial, Camat, kepala Desa, Lurah dan pihak lainnya untuk bersama-sama melakukan pendataan, verifikasi, dan sinkronisasi data kepemilikan jamban sehat di Kabupaten Wonosobo.

Kerjasama juga dilakukan dalam program Gema Bang Jamet demi terbentuknya komitmen untuk dapat menuntaskan perilaku buang air besar sembarangan secara mandiri bersama-sama. Diharapkan dengan adanya kerjasama yang dilakukan oleh seluruh lapisan masyarakat dapat memaksimalkan proses penyampaian pesan yang nantinya mampu membangun kesadaran lalu mempengaruhi perilaku dan mengubah tindakan *stakeholders* menjadi lebih bijaksana pada akhirnya.

Program tersebut dapat dikatakan sebagai kegiatan kampanye karena dalam prakteknya mengacu pada unsur-unsur kampanye, yaitu memiliki komunikator yang jelas, waktu yang terencana, tujuan yang spesifik dan sudah ditetapkan, kegiatannya sudah diatur oleh peraturan Bupati, memiliki sasaran yang luas, dan mementingkan kepentingan kedua belah pihak. Pada praktik kampanye juga perlu untuk memperhatikan manajemennya, karena manajemen merupakan pengelolaan suatu program dimulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan kegiatan ke tahap pasca kegiatan atau evaluasi. Oleh karena itu, manajemen merupakan hal penting disaat melakukan suatu program atau kampanye yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

Manajemen kampanye merupakan suatu proses dalam mengelola kegiatan kampanye dengan memanfaatkan sumber daya yang ada secara sistematis, efektif dan juga efisien agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai. (Venus, 2018) Manajemen kampanye dalam percepatan *Open Defecation Free* (ODF) yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo memiliki tujuan untuk dapat mengelola kampanye secara tepat dan sistematis sehingga mampu mengajak seluruh lapisan masyarakat kabupaten Wonosobo untuk menghilangkan

perilaku buang air besar sembarangan. Oleh karena itu, proses manajemen dalam kampanye harus tersusun secara sistematis dan tepat supaya nantinya kampanye dapat berjalan dengan lancar dan pesan kampanye dapat diterima dan dimengerti oleh para *stakeholders*.

Berdasarkan penjabaran fenomena tersebut, menjadi alasan bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul skripsi **“Manajemen Kampanye Percepatan *Open Defecation Free* (ODF) oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang peneliti ambil adalah “Bagaimana manajemen kampanye percepatan *Open Defecation Free* (ODF) yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo dalam meningkatkan kesadaran masyarakat?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjabaran rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui manajemen kampanye percepatan *Open Defecation Free* (ODF) yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo dalam meningkatkan kesadaran masyarakat.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memeberikan manfaat berupa kontribusi pada perkembangan ilmu pengetahuan terutama pada

bidang ilmu komunikasi khususnya terkait dengan manajemen kampanye. Selain itu, harapannya penelitian ini juga dapat dimanfaatkan sebagai bahan rujukan untuk penelitian yang sejenis dan juga penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang konsep manajemen kampanye yang penting untuk dilakukan agar kampanye yang dilaksanakan berjalan secara sistematis. Selain itu, dari hasil penelitian ini peneliti berhadapan dapat menjadi bahan masukan untuk Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo ketika melakukan kegiatan kampanye agar dapat terlaksana dengan baik sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk melakukan penelitian ini, peneliti telah melakukan tinjauan pustaka dari penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang akan diteliti oleh peneliti. Berikut beberapa penelitian yang telah dijadikan referensi peneliti, yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Saifulloh dan Muhammad Fikri Lazuardi dari Jurnal Pustaka Komunikasi, Volume 4, No. 1 Tahun 2021. Penelitian tersebut berjudul “Manajemen Kampanye *Public Relations* Dalam Sosialisasi Program Tanggap Covid-19”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam proses Kampanye Tanggap Covid-19, pada tahap perencanaan dilakukan dengan membentuk sebuah Tim Penanganan

Covid-19 dengan menggandeng beberapa divisi, yaitu divisi Sumber Daya Manusia (SDM), divisi Humas dan divisi K3L. Dalam melakukan tahapan-tahapan kampanye, Humas dari PT Pelabuhan Tanjung Priok melakukannya dengan sangat menyeluruh mulai dari melakukan analisa situasi hingga pada tahap evaluasi dan penilaian. Selain itu, Humas PT Pelabuhan Tanjung Priok juga memanfaatkan media digital sebagai saluran utama kampanye dalam melaksanakan kampanyenya (Saifulloh & Lazuardi, 2021). Persamaan penelitian Muhammad Saifulloh dan Muhammad Fikri Lazuardi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah mengangkat permasalahan mengenai manajemen kampanye dalam memecahkan suatu permasalahan kesehatan dengan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, dimana penelitian Muhammad Saifulloh dan Muhammad Fikri Lazuardi mengambil lokasi di PT Pelabuhan Tanjung Priok sedangkan peneliti mengambil lokasi penelitian di Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo. Perbedaan lainnya, penelitian ini menggunakan teori *4 Steps Of Public Relations* dan *10 Stages Of Campaign Planning* sedangkan peneliti menggunakan teori manajemen kampanye.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Soraya Ratna Pratiwi dari Jurnal Manajemen Komunikasi, Volume 4, No. 1, Tahun 2019. Penelitian tersebut berjudul “Manajemen Kampanye Komunikasi Kesehatan dalam Upaya Pengurangan Prevalensi Balita *Stunting*”. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil yang didapatkan dari

penelitian ini adalah pada proses manajemen Kampanye Gizi Nasional bahwa pada tahap perencanaan dilakukan identifikasi masalah dan riset formatif untuk mengetahui permasalahan dan sasaran kampanye. MCA-Indonesia mendapati bahwa fokus sasaran kampanye yaitu mengedukasi warga tentang *stunting*, edukasi soal pemberian makanan pada anak dan sanitasinya. Selanjutnya, pada tahap pelaksanaan kampanye MCA-Indonesia dibantu oleh para kader Posyandu, tokoh masyarakat, Lembaga Swadaya Masyarakat dan lembaga keagamaan. Kampanye juga dilaksanakan dengan menggandeng media sebagai sarana penyampaian informasi. Pada tahap evaluasi MCA-Indonesia melakukan survei dengan hasilnya berupa penurunan angka *stunting* sebanyak 7% di total 100 desa (Pratiwi, 2019). Persamaan penelitian Soraya Ratna Pratiwi dengan peneliti nantinya membahas mengenai manajemen kampanye dalam menanggulangi masalah kesehatan dengan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya pada Soraya Ratna Pratiwi objek penelitiannya adalah kampanye Gizi Nasional dalam rangka mengurangi kasus anak *stunting* di Indonesia. Sedangkan objek penelitian peneliti adalah kampanye percepatan *Open Defecation Free* (ODF) dalam rangka menyadarkan masyarakat Kabupaten Wonosobo untuk stop BABS.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Eny Ratnasari, Suwandi Sumartias dan Rosnandar Romli dari Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 18, No. 3. Tahun 2020 berjudul “Penggunaan *Message Appeals* Dalam Strategi Pesan Kampanye Anti Kekerasan Gender *Online*”. Pada penelitian ini, metode

yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa dalam kampanye yang dilakukan oleh *SAFE*net, yaitu Kampanye “Awas KBGO!”. KBGO sendiri merupakan singkatan dari Kekerasan Berbasis Gender *Online*. Sasaran dari kampanye ini adalah pengguna aktif internet berusia 18-35 tahun. Dalam penyampaian kampanye pesan yang disampaikan menggunakan sebuah strategi yang telah disusun yaitu melalui daya tarik pesan (*message appeals*) yang dibagi menjadi *emotional appeals* (daya tarik emosional) dan *reasoning appeals* (daya tarik alasan). Dengan begitu pesan pada Kampanye tersebut akan memunculkan perasaan negatif, yaitu *fear appeals* (daya tarik ketakutan) lebih dominan ketimbang perasaan positifnya (Ratnasari et al., 2020). Persamaan penelitian Eny Ratnasari, Suwandi Sumartias dan Rosnandar Romli dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah membahas mengenai kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah fokus penelitian ini ada pada strategi pesan dalam kampanye “Awas KBGO!” oleh sebuah organisasi nirlaba bernama *SAFE*net, sedangkan peneliti berfokus pada manajemen kampanye percepatan *Open Defecation Free* (ODF) yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Khopipah, Erna Mariana .S, dkk. dari Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 28, No. 1, Tahun 2023. Penelitian tersebut berjudul “Manajemen Kampanye Humas Bawaslu Kota Jakarta

Selatan Melalui Media Online Sebagai Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pengawasan Pemilu 2024”. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada tahap perencanaan yang dilakukan telah memperhatikan pesan, sasaran, waktu publikasi, dan tujuan konten. Memanfaatkan media *online* sebagai media penyebaran informasi. Tahap implementasi dan monitoring dilakukan bersamaan untuk menyesuaikan kondisi program kampanye. Tahap akhir, yaitu evaluasi, dilakukan dengan mengamati akun media sosial Bawaslu Jakarta Selatan, melihat penambahan *followers*, jumlah *likes*, *subscribe*, komen, serta menganalisis dan mengkategorikan *followers* (Khopipah et al., 2023). Persamaan penelitian terletak pada metode penelitian yang digunakan, yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara. Perbedaan penelitian terletak pada analisis teori yang digunakan, dimana penelitian ini menggunakan analisis teori Model Manajemen Kampanye (PPIME), yaitu perencanaan, pengembangan, implementasi, monitoring dan evaluasi. Sedangkan teori yang digunakan oleh peneliti adalah teori manajemen kampanye, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Nabilla Putri Nur Ardianti dari Universitas Diponegoro Semarang. Penelitian tersebut berjudul “Manajemen Kampanye *#SaveGroundWater* oleh PAM JAYA untuk Mencegah Adanya Ancaman Jakarta Tenggelam 2030”. Penelitian ini

menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen kampanye yang dilakukan oleh PAM JAYA terdiri dari tahapan *research*, perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Tahapan *research* dilakukan dengan mengumpulkan informasi untuk tujuan kampanye. Perencanaan dilakukan dengan menetapkan tujuan, pesan, dan sasaran kampanye *#SaveGroundWater*, dengan target seluruh masyarakat melalui media sosial. Implementasi didukung oleh tiga program untuk memenuhi kebutuhan air di Jakarta. Evaluasi menilai dampak dan umpan balik dari masyarakat serta menentukan tolak ukur keberhasilan kampanye (Ardianti, 2023). Persamaan penelitian terletak pada metode penelitian yang digunakan, yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara. Perbedaan terletak pada teori yang digunakan, pada penelitian ini menggunakan teori *4 steps of PR*, sedangkan peneliti menggunakan teori manajemen kampanye. Perbedaan lain terletak pada objek penelitiannya, dimana objek penelitian ini adalah kampanye *#SaveGroundWater*, sedangkan objek peneliti adalah kampanye percepatan *Open Defecation Free* (ODF).

Tabel 1. Tinjauan Pustaka

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Muhammad Saifulloh dan Muhammad Fikri Lazuardi	Manajemen Kampanye <i>Public Relations</i> Dalam Sosialisasi Program Tanggap Covid-19 (2021)	Mengangkat topik manajemen kampanye dalam memecahkan permasalahan Kesehatan dengan metode kualitatif.	Penelitian ini mengambil lokasi di PT Pelabuhan Tanjung Priok, sedangkan peneliti mengambil lokasi penelitian di Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo. Perbedaan lainnya, penelitian ini menggunakan teori <i>4 Steps Of Public Relations</i> dan <i>10 Stages Of Campaign Planning</i> sedangkan peneliti menggunakan teori manajemen kampanye.
2.	Soraya Ratna Pratiwi	Manajemen Kampanye Komunikasi Kesehatan dalam Upaya Pengurangan Prevalensi Balita <i>Stunting</i> (2019)	Mengangkat topik mengenai manajemen kampanye dalam menanggulangi masalah Kesehatan dengan menggunakan metode kualitatif.	Objek penelitian ini adalah kampanye Gizi Nasional, sedangkan objek penelitian peneliti adalah kampanye percepatan <i>Open Defecation Free</i> (ODF).
3.	Eny Ratnasari, Suwandi Sumartias dan Rosnandar Romli	Penggunaan <i>Message Appeals</i> dalam Strategi Pesan Kampanye Anti Kekerasan Gender Online (2020)	Mengangkat topik mengenai kampanye dalam mengubah perilaku masyarakat dengan metode kualitatif	Fokus penelitian ini ada pada strategi pesan dalam kampanye “Awat KBGO!” oleh sebuah organisasi nirlaba bernama SAFEnet, sedangkan peneliti berfokus pada manajemen kampanye percepatan Open Defecation Free (ODF) yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo.
4.	Siti Khopipah, Erna Mariana, dkk	Manajemen Kampanye Humas Bawaslu Kota Jakarta Selatan Melalui Media Online Sebagai Upaya Meningkatkan	metode penelitian yang digunakan, yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data menggunakan	Penelitian ini menggunakan analisis teori Model Manajemen Kampanye (PPIME), yaitu perencanaan, pengembangan, implementasi, monitoring dan evaluasi. Sedangkan

		Partisipasi Masyarakat Dalam Pengawasan Pemilu 2024	wawancara	teori yang digunakan oleh peneliti adalah teori manajemen kampanye, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.
5.	Nabilla Putri Nur Ardianti	Manajemen Kampanye #SaveGroundWater oleh PAM JAYA untuk Mencegah Adanya Ancaman Jakarta Tenggelam 2030	metode penelitian yang digunakan, yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara	penelitian ini menggunakan teori <i>4 steps of PR</i> , sedangkan peneliti menggunakan teori manajemen kampanye. Dan objek penelitian ini adalah kampanye #SaveGroundWater, sedangkan objek peneliti adalah kampanye percepatan <i>Open Defecation Free</i> (ODF).

Sumber : Olah Data Peneliti, 2024



F. Landasan Teori

1. Manajemen Kampanye

Manajemen memiliki pengertian yang begitu luas, istilahnya dapat diartikan dalam beragam definisi yang pada intinya memiliki pengertian yang sama satu sama lain. Menurut Mary Parker Follet dalam Rafilie (2017) memberikan definisi bahwa manajemen merupakan sebuah seni memimpin untuk melakukan pekerjaan melalui orang lain. Sedangkan menurut Hasibuan (2017), manajemen adalah sebuah ilmu dan seni dalam mengelola proses pemanfaatan sumber daya manusia dari sumber lain secara efektif dan efisien. Dapat diartikan dari penjabaran definisi tersebut bahwa manajemen merupakan sebuah ilmu dan seni dimana para manajer memiliki tugas untuk mengarahkan serta mengatur orang lain untuk tercapainya suatu tujuan dalam organisasi.

Selain itu ada definisi lain menurut James A.F. Stoner yang dikutip dalam Handoko (2017), Manajemen merupakan sebuah proses perencanaan, pengarahan, pengorganisasian, dan pengawasan dengan penggunaan sumber daya organisasi yang dilakukan suatu organisasi supaya tujuan dapat tercapai. Dalam manajemen, komunikasi juga merupakan hal penting dan utama, seperti yang diungkapkan oleh George R. Terry bahwa "*Management is communication*" dan juga komunikasi diibaratkan sebagai "minyak pelumas" yang memberikan kelancaran pada jalannya manajemen. (Ruslan, 2013)

Adapun definisi kampanye yang dikemukakan oleh Rogers dan Storey dalam Venus (2018), bahwa kampanye adalah bentuk komunikasi terencana yang dikembangkan dengan tujuan mendorong efek yang diinginkan pada sejumlah besar khalayak sasaran selama periode yang ditergetkan. Kampanye memiliki ciri khas yaitu, seperti bertujuan untuk mendapatkan hasil atau dampak tertentu, menargetkan jumlah sasaran yang besar, dilaksanakan dalam masa waktu tertentu, menggunakan tindakan komunikasi yang terstruktur, dan memiliki sumber yang jelas, yang menjadi pencipta atau pengurus.

Charles U. Larson yang dikutip dalam Ruslan (2013) mengatakan bahwa terdapat tiga kategori jenis-jenis kampanye seperti yang akan dijabarkan dibawah ini, sebagai berikut:

a. *Product Oriented Campaign*

Tindakan yang terkait dengan kampanye yang berfokus pada produk yang sering terjadi di lingkungan bisnis. Biasanya kampanye seperti ini berupa kegiatan promosi pemasaran dan aktivitas peluncuran produk baru. Kampanye ini dapat dikatakan sebagai strategi untuk menciptakan persepsi positif terhadap produk yang baru dikeluarkan kepada khalayak umum.

b. *Candidate Oriented Campaign*

Tindakan kampanye yang berfokus pada mengkampanyekan kandidat dalam agenda politik. Tujuannya,

untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat umum bagi para calon kandidat partai politik yang mencalonkan diri dalam memperoleh jabatan yang ada.

c. *Ideologically or Cause Oriented Campaign*

Tindakan kampanye yang difokuskan pada tujuan tertentu dan menghasilkan reformasi social atau perubahan sosial. Kampanye ini dilakukan dengan mempengaruhi pandangan dan perilaku target sasaran dalam memperbaiki masalah sosial yang ada. Fokus kampanye ini cukup luas meliputi, Kesehatan, ekonomi, budaya, Pendidikan, dan lainnya.

Pada dasarnya kegiatan kampanye bersifat *goal oriented*, sesuai dengan definisi yang sudah dijelaskan. Dalam kegiatan kampanye pasti menginginkan tercapainya suatu tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Menurut Johnson Cartee dan Copeland yang dikutip dalam Venus (2018) menggambarkan kampanye sebagai perilaku yang terencana, yang membutuhkan perencanaan dan pelaksanaan dengan sistematis. Disimpulkan bahwa kampanye perlu memiliki komponen manajemen yaitu dalam hal merencanakan, melaksanakan, mengendalikan, dan menilai kegiatan secara logis, realistis, efektif, dan efisien.

Praktik manajemen kampanye bukanlah hal yang baru. Sejak awal, kegiatan kampanye selalu mencakup semua tahapan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Manajemen kampanye adalah proses pengelolaan kegiatan kampanye dengan memanfaatkan sumber

daya yang ada secara efektif dan efisien agar tercapainya tujuan yang diharapkan. Dengan harapan dengan dimasukkannya unsur manajerial tersebut dapat memberikan peluang keberhasilan yang besar dalam pencapaian tujuan kampanye. (Venus, 2018).

Adapun tahapan-tahapan praktis dalam manajemen kampanye, yaitu sebagai berikut:

a. Perencanaan Kampanye

Tahap perencanaan adalah langkah awal yang harus dilakukan untuk tercapainya tujuan kampanye sesuai keinginan yang diinginkan. Dengan melakukan perencanaan maka akan membawa kampanye yang teratur dan jelas arah tindakannya. Terdapat beberapa tahapan dalam proses perencanaan menurut Gregory dalam Venus (2018) sebagai berikut :

1) Analisis Masalah

Pada tahap perencanaan diawali dengan melakukan analisis masalah. Dalam analisis masalah dapat dilakukan dengan menggunakan dua jenis analisis yaitu dengan analisis *Political, Economic, Social, and Technology* (PEST) dan analisis *Strength, Weaknesses, Opportunity and Threats* (SWOT). Pada analisis PEST membahas aspek-aspek yang dapat mempengaruhi kampanye seperti politik, ekonomi, sosial dan teknologi. Sedangkan pada analisis SWOT

membahas melalui aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

2) Penyusunan Tujuan

Tujuan harus disusun secara realistis supaya kampanye dapat diarahkan dan difokuskan untuk mencapainya. Adapun aturan yang dapat diperhatikan dalam penetapan tujuan, yaitu: menyusun dengan detail, mengidentifikasi tujuan yang mungkin akan dicapai, kuantifikasi secara maksimal, mempertimbangkan anggaran dan menyusun tujuan berdasarkan prioritas.

3) Identifikasi dan Segmentasi Sasaran

Perlu adanya tahapan ini dalam proses kampanye karena tidak semua orang dapat dijadikan sasaran kampanye begitu saja. Pemilihan khalayak yang akan dijadikan sebagai sasaran kampanye sangat bergantung pada tujuan

yang telah ditetapkan pada tahap awal perencanaan kampanye. Menurut Arens yang dikutip dalam Venus (2018) kondisi geografis, demografis, perilaku, dan kondisi psikografis, dipilih pada pelaksanaan tahap ini.

4) Menentukan Pesan

Pada tahap ini, pesan kampanye ditentukan sebagai cara membuat khalayak sasaran memahami dan mengerti tujuan dari program kampanye yang dilaksanakan dan mengubah

sikap sasaran sesuai dengan keinginan pelaku kampanye. Dalam merencanakan pesan diperlukan empat tahap yang harus diperhatikan, sebagai berikut:

- a) Memahami persepsi yang beredar di lingkungan masyarakat mengenai isu atau sebuah produk, apakah akan diterima atau ditolak.
- b) Mencari kesempatan untuk dapat masuk dan memberikan pemahaman informasi pada khalayak sasaran.
- c) Melakukan pengenalan melalui elemen-elemen persuasi untuk mengenal keinginan informasi khalayak sasaran.
- d) Meyakinkan bahwa pesan kampanye yang disampaikan layak .

5) Strategi dan Taktik

Di tahap ini, pada kampanye strategi merupakan teknik yang akan diaplikasikan secara keseluruhan pada pelaksanaan kampanye. Sedangkan taktik pada kampanye sangat dipengaruhi oleh tujuan dan target sasaran yang ingin dicapai. Fungsi menghubungkan dan fungsi meyakinkan merupakan dua faktor kunci yang mendasari dalam pemilihan teknik. Dalam menerapkan strategi dan

taktik ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk memastikan keberhasilan kampanye, yaitu sebagai berikut:

- a) Menggunakan strategi yang berdasarkan pada sasaran dan tujuan kampanye.
 - b) Menghindari menggunakan taktik yang tidak strategis, yang dapat memecah fokus dari pelaku kampanye.
 - c) Menghubungkan taktik pada strategi, kemudian strategi pada tujuan untuk mengarahkan secara jelas pada keinginan yang ingin dicapai.
 - d) Uji coba pada taktik yang akan digunakan untuk mengetahui kemungkinan tingkat keberhasilan kampanye.
- 6) Alokasi Waktu dan Sumber Daya

Kampanye memang dilaksanakan dalam jangka waktu yang telah ditentukan sebelumnya. Jangka waktu kampanye boleh saja ditentukan oleh pihak eksternal, seperti contohnya pada kampanye politik yang jangka waktunya ditentukan oleh pemerintah. Dan dapat juga ditentukan pihak internal/sendiri, misalnya pada kampanye peluncuran produk baru oleh suatu perusahaan. Sementara itu untuk sumber daya kampanye memang harus diidentifikasi secara jelas dan pasti. Dalam pendukung kampanye, sumber

daya dibagi menjadi tiga, yaitu sumber daya manusia, peralatan dan dana operasional.

7) Evaluasi dan Tinjauan

Tahap ini dilaksanakan untuk dapat mengetahui sejauh mana hasil yang telah dicapai dalam kampanye tersebut. Hasil dari tahap evaluasi juga akan berdampak terhadap pelaksanaan kampanye kedepannya apakah kampanye yang berjalan sudah sesuai atau belum dan juga dapat menjadi acuan bagi program kampanye selanjutnya. Oleh karena itu, evaluasi harus dilakukan secara sungguh-sungguh dan terstruktur.

b. Pelaksanaan Kampanye

Selanjutnya adalah tahap pelaksanaan kampanye, pada tahap ini dilakukan implementasi rancangan program kampanye yang telah dibuat sebelumnya. Menurut Venus (2018) proses pelaksanaan kampanye harus mengikuti rancangan yang telah ditetapkan agar sesuai dengan keadaan aktual dilapangan. Pada pelaksanaan kampanye juga perlu memperhatikan tahapan yang ada agar proses kampanye yang akan dilaksanakan dapat berjalan dengan lancar.

Menurut Venus (2018) dalam tahap pelaksanaan kampanye perlu dilakukan beberapa hal, yaitu sebagai berikut:

1) Implementasi Unsur-unsur Pokok Kampanye

a) Perekrutan dan Pelatihan Personel Kampanye

Dalam pelaksanaan kampanye, orang-orang yang terlibat harus diseleksi secara teliti karena ini merupakan hal penting dalam keberlangsungan kampanye nantinya. Setelah tim pelaksana kampanye telah direkrut kemudian mereka diharuskan untuk mengikuti pelatihan keterampilan, mereka pun harus dipastikan memahami tema, objek dan tujuan kampanye. Dengan adanya pelatihan para pelaksana kampanye diharapkan dapat mengetahui tugas mereka masing-masing.

b) Mengonstruksi Pesan

Dalam pelaksanaan kampanye, pesan yang digunakan harus dapat menyesuaikan dengan karakteristik khalayak, efek yang diinginkan, dan saluran yang digunakan. Menurut Venus (2018) pesan kampanye adalah sarana yang membawa sasaran untuk mengikuti keinginan dari program kampanye, demi mencapai tujuan yang diharapkan.

Membuat pesan kampanye juga harus berdasarkan pada pertimbangan, kedekatan dengan situasi sasaran, kejelasan, kesederhanaan, kebaruan,

kesesuaian, kesopanan dan sesuai dengan tujuan kampanye. Yang perlu diperhatikan juga dalam mengkonstruksi pesan adalah memperhatikan pengorganisasian pesan karena hal tersebut akan mempengaruhi respon khalayak pada pesan kampanye.

c) Memilih Informan Pesan Kampanye

Memilih siapa yang akan menjadi penyampai pesan kampanye sangatlah penting dilakukan dan bersifat kontekstual. Selain itu harus menyesuaikan dengan karakteristik dan situasi khalayak yang dihadapi. Faktor yang paling pokok dalam menentukan informan kampanye adalah yang merupakan ahli dibidang permasalahan kampanye yang akan dilaksanakan, media yang digunakan, serta kepercayaan khalayak pada tokoh tersebut.

d) Menyeleksi Saluran Kampanye

Dalam kampanye, terdapat faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam memilih media yang akan digunakan seperti: jangkauannya, seberapa besar jumlah khalayak, karakteristik khalayak, biaya, waktu, dan tujuan serta objek kampanye. Saluran yang digunakan juga harus dipilih sesuai dengan

yang paling banyak digunakan oleh para khalayak sasaran.

2) Uji Coba Rencana Kampanye

Tahap ini dikatakan mampu memberikan gambaran pada rencana yang telah ditetapkan, tepat atau tidaknya rencana tersebut. Apabila dalam uji coba hasilnya positif maka rencana kampanye dapat dilanjutkan ketahap pelaksanaan, namun jika hasilnya negatif maka harus dilakukan penyusunan kembali rencana yang lain.

3) Tindakan dan Pemantauan Kampanye

Tahap ini dilakukan ketika sudah melakukan tahap uji coba, proses kegiatan kampanye harus selalu dipantau agar tidak terjadi penyimpangan dalam pelaksanaannya. Dijelaskan menurut Venus (2018) aktivitas kampanye harus bersifat diantaranya: Adaptif (keterbukaan terhadap saran dan temuan baru), Orientasi (pemecahan masalah), Antisipatif (memperhitungkan peluang kemungkinan yang terjadi), Integratif (kesamaan prinsip dan kerjasama tim) dan Koordinatif (pengaturan dan pemantauan untuk mencapai tujuan Bersama).

4) Laporan Kemajuan

Pada tahap ini berisikan sebuah data dan fakta berbentuk laporan tentang hal-hal yang terjadi dan

dilakukan selama pelaksanaan kampanye. Laporan kemajuan juga berisikan evaluasi sederhana yang bersifat rutin dalam kampanye yang sedang berjalan. Dari laporan kemajuan ini banyak manfaat yang didapatkan salah satunya adalah merubah rencana dalam kegiatan kampanye menjadi lebih baik lagi dan dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

c. Evaluasi Kampanye

Tahapan evaluasi merupakan akhir dari proses manajemen kampanye. Evaluasi kampanye menurut Venus (2018) merupakan upaya yang tersusun untuk menilai suatu aspek yang berhubungan dengan proses pada pencapaian tujuan kampanye dan tahap pelaksanaan. Proses evaluasi memang harus dilakukan untuk dapat mengetahui apakah kampanye sudah berjalan dengan sukses dan tujuan kampanye sudah tercapai, atau masih perlunya perbaikan dalam tindakan kampanye.

Menurut Ostergaard yang dikutip dalam Venus (2018) terdapat empat level kategori dalam evaluasi kampanye, yaitu sebagai berikut:

- 1) Tingkatan Kampanye, apakah pelaksanaan kegiatan kampanye dapat menjangkau khalayak sasaran?
- 2) Tingkatan Sikap, apakah kampanye yang telah dilaksanakan mampu memberikan perubahan pada sikap khalayak sasaran?

- 3) Tingkatan Perilaku, apakah kampanye yang telah dilaksanakan mampu memberikan perubahan perilaku khalayak sasaran?
- 4) Tingkatan Masalah, apakah permasalahan yang mendasari diadakannya kampanye tersebut sudah dapat diatasi?

Setelah tahapan evaluasi, langkah terakhir pada proses kampanye adalah menarik kesimpulan. Dalam mengambil kesimpulan harusnya dilakukan secara cermat dan tidak tergesa-gesa. Sehingga nantinya dapat diketahui bahwa kampanye mampu atau tidak menjangkau khalayak sasaran dan menarik perhatian mereka. Terjadinya perubahan yang dialami oleh khalayak sesuai dengan tujuan kampanye yang telah dilaksanakan.

2. Kesadaran

Kata "kesadaran" berasal dari kata "sadar". Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata ini berarti keinsafan, kedaan mengerti, dan hal yang dirasakan atau dialami seseorang. Kata dasar "sadar" juga bisa digunakan dalam kehidupan sehari-hari sebagai menyadari, menyadarkan, dan penyadaran. Semua ungkapan tersebut memiliki konotasi yang berbeda tergantung pada perubahan kalimat dasar yang digunakan. (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2024)

Kesadaran merupakan situasi atau hasil dari kegiatan menyadari sedangkan penyadaran merupakan proses untuk menciptakan suasana sadar. Menurut Andini dan Muhammad (2021) mengatakan bahwa

kesadaran adalah hati yang terbuka atas pikiran yang telah terbuka tentang apa yang telah dikerjakan. Disiplin akan lebih mudah ditegakkan bila timbul dari kesadaran setiap individu untuk selalu berbuat sesuai dengan aturan tanpa paksaan dari luar. Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan jika seseorang memiliki kesadaran atau pikirannya telah terbuka untuk melaksanakan hal yang telah diatur maka dia pun akan melaksanakannya. Hal tersebut dapat dikatakan sebagai bentuk kesadaran diri.

Pemahaman mengenai kesadaran tersebut menjadi dasar penting dalam pembahasan mengenai teori kesadaran kolektif. Durkheim berpendapat bahwa kesadaran kolektif adalah keseluruhan kepercayaan dan perasaan yang dimiliki bersama oleh mayoritas anggota masyarakat, yang membentuk suatu sistem yang stabil dan memiliki kehidupan tersendiri. (Mauliansyah, 2016)

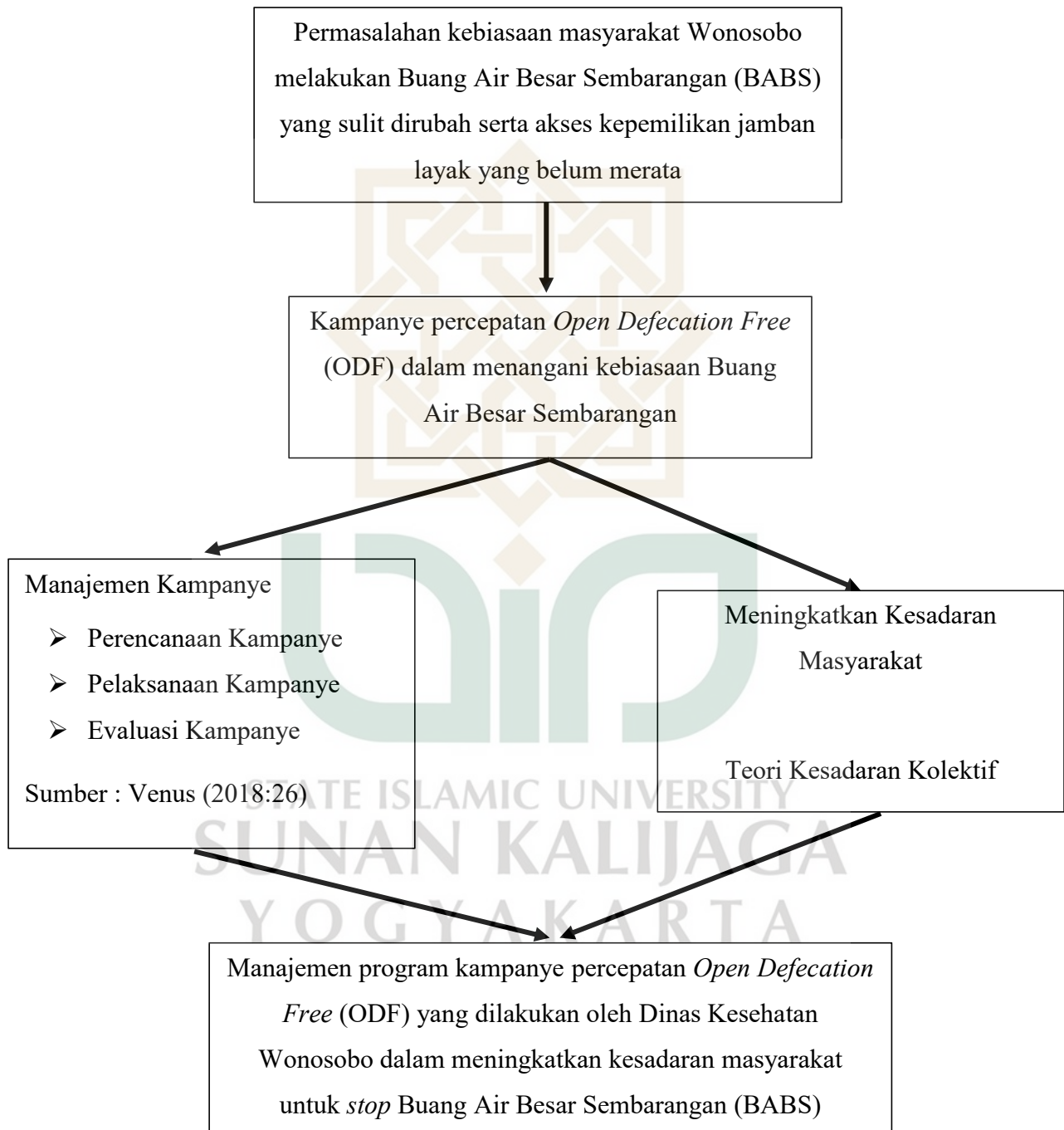
Defenisi Durkheim ini kemudian diuraikan untuk melihat kesadaran kolektif secara utuh. Pertama, Durkheim berpendapat bahwa kesadaran kolektif terdapat dalam kehidupan sebuah masyarakat. Kedua, Durkheim memahami bahwa kesadaran kolektif sebagai sesuatu yang terlepas dari fakta sosial akan tetapi juga mampu menciptakan fakta sosial yang lain. Ketiga, kesadaran kolektif baru bisa terwujud melalui kesadaran-kesadaran individual. Dengan kata lain, kesadaran kolektif merujuk pada struktur umum pengertian, norma, dan kepercayaan bersama, bersifat terbuka dan tidak tetap. (Mauliansyah, 2016)

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam keseluruhan teori Durkheim, kesadaran kolektif adalah fondasi dari integrasi sosial dan stabilitas masyarakat. Melalui pemahaman tentang kesadaran kolektif, kita dapat memahami bagaimana masyarakat mempertahankan solidaritas dan bagaimana perubahan dalam kesadaran kolektif dapat mempengaruhi struktur sosial.



G. Kerangka Pemikiran

Gambar 3. Kerangka Pemikiran



Sumber : Olah Data Peneliti, 2024

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berfokus pada pengamatan secara mendalam. Menurut Sugiyono (2021) bahwa metode penelitian kualitatif itu digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah. Metode kualitatif digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis suatu kejadian atau fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, kepercayaan, persepsi, pemikiran individu atau kelompok. Data yang diperoleh dalam penelitian kualitatif berdasarkan hasil dari wawancara mendalam, pengamatan (observasi), dokumen pendukung dan hasil catatan yang sudah dibuat.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang digunakan dalam menggambarkan dan menjelaskan secara mendalam mengenai permasalahan yang diteliti. Seperti penjelasan menurut Nazir (2014), bahwa maksud dari penelitian deskriptif kualitatif yaitu untuk meneliti secara faktual dan akurat mengenai fakta yang diteliti tentang status kelompok, manusia, objek, kondisi, system pemikiran ataupun peristiwa masa sekarang untuk kemudian dibuat dekripsi secara sistematis.

Penelitian ini dilakukan dengan analisis deskriptif yang berfokus pada penggambaran dan penjelasan mengenai manajemen kampanye program

percepatan *Open Defecation Free* (ODF) yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Wonosobo dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dengan melalui wawancara mendalam pada pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah suatu hal yang digunakan sebagai batasan subjek penelitian contohnya benda, hal, orang, tempat data yang menjadi sebuah permasalahan (Arikunto, 2016). Dalam kata lain subjek merupakan suatu sumber informasi dan data yang dibutuhkan pada saat proses penelitian. Pada penelitian ini, pengambilan subjek dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yang mana penentuan sampel dilakukan melalui pertimbangan tertentu berdasarkan standar yang diharapkan (Sugiyono, 2019).

Subjek dari penelitian ini adalah pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo yang berperan dan terlibat langsung dalam pengelolaan program percepatan Open Defecation Free (ODF).

b. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2021) objek penelitian adalah segala sesuatu berupa atribut, sifat maupun objek yang memiliki variabel tertentu yang ditentukan untuk kemudian dipelajari kemudian dianalisis untuk ditarik kesimpulannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa objek penelitian merupakan sasaran yang menjadi pokok dalam penelitian

untuk ditinjau lebih dalam lagi. Pada penelitian ini, objek penelitiannya adalah kampanye percepatan Open Defecation Free (ODF) dalam rangka menyadarkan masyarakat Kabupaten Wonosobo untuk stop BABS.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang akan digunakan dalam memperoleh data suatu penelitian. Terdapat beberapa cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian, yaitu melalui wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1) Wawancara

Wawancara merupakan suatu kegiatan percakapan dengan suatu tujuan tertentu (Moleong, 2017). Wawancara yang dilakukan oleh peneliti berisi pertanyaan-pertanyaan garis besar dan mendalam tentang data yang ingin didapatkan. Pertanyaan-pertanyaan disiapkan terlebih dahulu oleh peneliti sebelum melakukan wawancara yang nantinya diajukan kepada narasumber. Tujuan digunakannya teknik wawancara adalah untuk mengumpulkan data yang mendalam, pemahaman konteks, eksplorasi, dan pemahaman subjektivitas.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada Pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo sebagai informan dalam penelitian ini. Informan dalam penelitian ini

merupakan penanggung jawab dari program percepatan *Open Defecation Free* (ODF) di Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo yaitu petugas dari bidang Kesehatan Masyarakat. Petugas kesehatan tersebut terdiri dari, Radhitia Haris, A.Md selaku Sanitrian, Prita Puspitasari, S.KM selaku Sanitarian Ahli Pertama, Pujiyati, S.ST selaku Sanitarian Pelaksana Lanjutan, dan Apriani Dany Susanti, S.KM selaku Penyuluh Kesehatan Masyarakat atau promosi kesehatan.

2) Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi merupakan teknik dengan memperoleh fakta terkait penelitian melalui dokumen-dokumen yang berkaitan. Dokumentasi itu sendiri bentuknya berupa surat, publikasi harian, catatan harian, catatan khusus, laporan tahunan, laporan program kerja dan lainnya. Menurut Sugiyono (2021), dalam penelitian kualitatif, teknik dokumentasi digunakan sebagai pelengkap dari penggunaan teknik pengumpulan data lain seperti wawancara dan observasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rekaman, catatan, foto, laporan tahunan, serta dokumen lain yang mendukung saat menggali data.

3) Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan fakta melalui pembacaan literatur atau sumber

tertulis seperti penelitian sejenis, buku, majalah, artikel, jurnal, makalah, laporan terkait penelitian. Dengan menggunakan teknik ini dalam penelitian, peneliti dapat mengumpulkan berbagai referensi teoritis tentang manajemen kampanye perubahan sosial yang dapat membantu memperoleh data peneliti secara lebih mendalam.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian terdahulu dan beberapa jurnal ilmiah yang memang memiliki keterkaitan dengan manajemen kampanye untuk menghasilkan data yang relevan.

4. Metode Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan mulai dari penyusunan rumusan masalah hingga pada menyusun hasil penelitian yang sudah diperoleh sebelumnya. Analisis data adalah suatu proses yang sistematis dalam mencari, mengorganisir, dan menginterpretasi data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti wawancara, catatan lapangan, dan dokumen (Sugiyono, 2021). Analisis data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan teknik yang ditemukan oleh Miles dan Huberman, yaitu sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Tahapan reduksi data ini dilakukan dengan proses memilih data yang dianalisis, menggolongkan, mempertajam, dan menghilangkan hal-hal yang tidak diperlukan. Data yang

dikumpulkan harus dipilih menyesuaikan pada topik penelitian yang akan dibahas. Adapun Langkah terstruktur dalam mereduksi data, mulai dari merangkum data yang sudah diperoleh, menentukan data yang relevan dengan topik penelitian, dan menghapus beberapa data yang dirasa tidak diperlukan supaya data sesuai dengan topik penelitian.

b. Penyajian Data

Tahap penyajian data adalah melakukan analisis data yang sudah didapatkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan menyesuaikan pada teori yang dipaparkan sebelumnya. Melalui penyajian data tentu akan mempermudah peneliti dalam memahami topik yang diteliti dan juga mempermudah dalam penarikan kesimpulan.

c. Penarikan Kesimpulan

Tahap ini merupakan tahap akhir dari analisis data.

Penarikan kesimpulan dilakukan untuk mengetahui hasil dari sebuah penelitian. Pada tahap ini peneliti akan menarik sebuah kesimpulan dari seluruh analisis yang sudah dilakukan guna menjawab tahapan-tahapan penelitian dan rumusan masalah yang telah dipaparkan oleh peneliti.

5. Metode Keabsahan Data

Pada penelitian kualitatif kriteria umum pada hasil penelitian adalah valid, *reliable*, dan objektif. Sehingga untuk menjamin itu semua

diperlukan keabsahan data atau uji kredibilitas. Metode keabsahan data yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi adalah cara dalam memeriksa keakuratan data dengan memanfaatkan hal lain diluar penelitian sebagai pembandingan data yang diperoleh pada penelitian (Moleong, 2017). Sehingga dapat dikatakan bahwa triangulasi dilakukan untuk memeriksa data dengan membandingkan atau mengecek data penelitian melalui sumber lain diluar penelitian.

Peneliti disini menggunakan jenis triangulasi sumber data dan triangulasi dengan teknik. Triangulasi sumber data digunakan untuk menguji kredibilitas data yang telah diperoleh dengan membandingkan dan mengecek melalui beberapa sumber. Kemudian untuk triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan dan mengecek data yang didapatkan melalui wawancara dengan pegawai Dinas Kesehatan Wonosobo dengan masyarakat Wonosobo agar menghasilkan data yang valid. Data juga akan digabungkan dengan hasil dokumentasi pribadi peneliti, dokumen resmi, dan laporan untuk memperkuat data yang didapatkan.

Pada penelitian ini, pengumpulan dan pengujian data diperoleh melalui wawancara pada dua informan dari masyarakat yang sebelumnya mempraktikkan Buang Air Besar Sembarangan (BABS) dan mengetahui tentang program percepatan *Open Defecation Free* (ODF). Informan pertama adalah Slamet seorang Wirausaha yang berasal dari Desa

Surengede, Kecamatan Kertek. Informan kedua adalah Novita seorang Ibu
Rumah Tangga dari Desa Kadipaten, Kecamatan Selomerto.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dengan topik manajemen kampanye percepatan *Open Defecation Free* (ODF) oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo dalam meningkatkan kesadaran masyarakat, dapat ditarik kesimpulan. Implementasi manajemen kampanye pada program *Open Defecation Free* (ODF) yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo dapat dikatakan telah sesuai dengan teori yang ada, yakni mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi.

Berdasarkan teori manajemen kampanye, perencanaan program percepatan ODF di Kabupaten Wonosobo dilakukan dengan langkah-langkah yang komprehensif yang bertujuan untuk mengubah kesadaran masyarakat tentang perilaku buang air besar sembarangan dan akses terhadap sanitasi yang baik. Dan dalam implementasi tahapan manajemen kampanye, program kampanye percepatan ODF yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Wonosobo telah mampu meningkatkan kesadaran masyarakat. Terbukti dari persentase masyarakat yang telah berhenti BABS dari total 71,80% KK pada tahun 2022 menjadi 100% KK pada tahun 2023.

Langkah awal atau perencanaan dimulai dengan identifikasi masalah melalui koordinasi multi-sektoral dan pengumpulan data yang akurat di lapangan. Membuat pesan yang disesuaikan dengan karakteristik masyarakat agar pesan tersampaikan dengan baik. Pemantauan dan evaluasi secara

berkala pun dilakukan untuk memastikan program berjalan sesuai rencana dan mengatasi hambatan yang ada. Namun, keberhasilan implementasi kampanye ini sangat bergantung pada eksekusi yang efektif, partisipasi aktif dari seluruh pemangku kepentingan, dukungan yang konsisten dari pemerintah dan juga tindakan langsung dari masyarakat.

Secara keseluruhan, pelaksanaan program percepatan ODF oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo sudah dijalankan sesuai rencana yang disusun sebelumnya. Dalam pelaksanaannya juga memiliki beberapa kelebihan yang dapat mendukung keberhasilan program, terutama dari segi dukungan dari pemerintah, koordinasi lintas sektor, dan penggunaan teknologi informasi. Namun, terdapat juga beberapa kekurangan yang perlu diatasi, seperti kurangnya kompetensi kader, minimnya sosialisasi yang mendalam, hambatan sosial-budaya dan ekonomi, kondisi geografis, pergeseran prioritas pemerintah, serta tidak dilakukan uji coba terhadap kegiatan yang dilaksanakan. Mengatasi kekurangan ini melalui peningkatan pelatihan kader, pengadaan sosialisasi rutin, pendekatan yang lebih persuasif dalam mengubah perilaku masyarakat, pengelolaan anggaran dan sumber daya yang lebih efektif, serta melakukan uji coba sebagai penilaian awal kegiatan akan menjadi kunci keberhasilan program percepatan ODF dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk berhenti buang air besar sembarangan dan mengakses sanitasi layak.

Implementasi pada tahap evaluasi sudah dilakukan dengan cukup baik dalam program percepatan ODF ini. Evaluasi ini telah menunjukkan praktik

yang baik untuk memastikan transparansi dan tanggung jawab dalam pelaksanaan program. Namun, masih ada ruang untuk perbaikan, terutama dalam mengatasi hambatan sosial dan budaya yang menghalangi kesadaran masyarakat terkait sanitasi. Dibutuhkan upaya lebih lanjut dalam membangkitkan kesadaran masyarakat melalui pendekatan yang menyeluruh dan partisipasi aktif dari seluruh lapisan masyarakat. Dengan terus memperkuat evaluasi dan mengatasi kendala yang ada, program ini memiliki potensi besar untuk mencapai tujuannya dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat di Kabupaten Wonosobo.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan, maka peneliti akan memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk saran akademik, peneliti menyarankan untuk penelitian terkait analisis manajemen kampanye terus dikembangkan agar dapat ditemukan pembaruan-pembaruan teori mengenai manajemen kampanye. Disarankan juga dalam melakukan penelitian terkait manajemen kampanye untuk peneliti selanjutnya bisa dilakukan dengan pendalaman teori dan pengambilan data lebih mendalam serta detail. Gunakan narasumber penelitian yang kompeten di bidangnya atau kepala bidangnya langsung, serta buatlah pertanyaan wawancara yang memang sesuai dengan pembahasan penelitian agar hasil penelitian valid.
2. Untuk saran praktis, kepada Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo peneliti menyarankan dalam melakukan kampanye selanjutnya untuk

lebih melibatkan masyarakat. Seperti mengajak masyarakat menjadi relawan yang dapat membantu menyebarkan informasi kampanye. Hal tersebut akan menarik minat masyarakat untuk ikut serta dan membangun kesadaran masyarakat lebih cepat. Kemudian, saran peneliti untuk dilakukan uji coba terlebih dahulu sebelum langsung mengeksekusi kegiatan agar dapat menentukan hasilnya sesuai atau tidak saat di lapangan. Manfaatkanlah media yang ada seperti radio, koran, YouTube, Instagram untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- Ardianti, N. P. N. (2023). *MANAJEMEN KAMPANYE #SAVEGROUNDWATER OLEH PAM JAYA UNTUK MENCEGAH ADANYA ANCAMAN JAKARTA TENGGELAM 2030*. Universitas Diponegoro Semarang, Semarang, Indonesia.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2024). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Retrieved from <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Fauzi, N. F., Supena, H. C. C., & Hidayat, E. S. (2022). Implementasi Program Odf (Open Defecation Free) Oleh Pemerintah Desa Purwasari Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis Tahun 2020. *Unigal Repository*, 2(1), 1339–1347. Retrieved from <http://repository.unigal.ac.id:8080/handle/123456789/1164>
- Febriani, W., Samino, & Sari, N. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Perilaku Stop Buang Air Besar Sembarangan (BABS). *Jurnal Dunia Kemas*, 5(3), 121–130. Retrieved from <https://doi.org/10.33024/jdk.v5i3.467>
- Handoko, T. H. (2017). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Hasibuan, M. (2017). *Manajemen Sumber Daya manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kabupaten Wonosobo Dalam Angka 2022*. (2022). Wonosobo. Retrieved from <https://wonosobokab.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=M2M4NTFkNDU1MjJiYjBlOWQxYWI0YTE2&xzmn=aHR0cHM6Ly93b25vc29ib2thYi5icHMuZ28uaWQvcHVibGljYXRpb24vMjAyMi8wMi8yNS8zYzg1MWQ0NTUyMmJiMGU5ZDFhYjRhMTYva2FidXBhdGVuLXdvbm9zb2JvLWRhbGFtLWFuZ2thLTIwMjlu>
- Kementerian Kesehatan. (2022). Sanitasi Total Berbasis Masyarakat. Retrieved February 20, 2023, from Kementerian Kesehatan website: <http://stbm.kemkes.go.id/app/about/1/about>
- Kementerian Agama Islam. (n.d.). Surat Ali 'Imran Ayat 104. Retrieved from Kementerian Agama Islam website: <https://tafsirweb.com/1236-surat-ali-imran-ayat-104.html>
- Khopipah, S., Susilowardhani, E., Djuhardi, L., Lubis, A. A., Ardha, B., & Putri, M. (2023). Manajemen Kampanye Humas Bawaslu Kota Jakarta Selatan Melalui Media Online Sebagai Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pengawasan Pemilu 2024. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 29(1), 1–21. <https://doi.org/10.37817/ikon.v29i1.2905>
- Mauliansyah, F. (2016). THE SOCIAL AND POLITICAL ASPECTS OF NEW MEDIA (Menelusuri Jejak Kesadaran dan Tindakan Kolektif Massa). *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2). <https://doi.org/10.35308/source.v2i2.404>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja

Rosdakarya.

- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Peraturan Bupati Wonosobo. *Peraturan Bupati Wonosobo Nomor 12 Tahun 2022 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Kesehatan Kabupaten Wonosobo.*, (2022).
- Pratiwi, S. R. (2019). Manajemen Kampanye Komunikasi Kesehatan dalam Upaya Pengurangan Prevalensi Balita Stunting. *Manajemen Komunikasi*, 4(1), 1–19.
- Rafilie, S. A. K. (2017). *Manajemen Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ratnasari, E., Sumartias, S., Romli, R., Raya Bandung-Sumedang, J. K., Sumedang, K., & Barat, J. (2020). *Penggunaan Message Appeals dalam Strategi Pesan Kampanye Anti Kekerasan Berbasis Gender Online*. 18(3), 352–370. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3844>
- Ruslan, R. (2013). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Saifulloh, M., & Lazuardi, M. F. (2021). Manajemen Kampanye Public Relations Dalam Sosialisasi Program Tanggap Covid-19. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 53–65. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v4i1.1320>
- Septirahmah, A. P., & Rizkha Hilmawan, M. (2021). Faktor-Faktor Internal Yang Mempengaruhi Kedisiplinan: Pembawaan, Kesadaran, Minat Dan Motivasi, Serta Pola Pikir. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 618–622. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v2i2.602>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (1st ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sunandar, A. (2022). 73 Ribu Lebih Warga Wonosobo Masih BAB Sembarangan. Retrieved February 20, 2023, from Sorot Wonosobo website: <https://wonosobo.sorot.co/berita-5156-73-ribu-lebih-warga-wonosobo-masih-bab-sembarangan.html>
- Triyono, A. (2014). Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perilaku Buang Air Besar Masyarakat Nelayan di Kampung Garapan Desa Tanjung Pasir Kabupaten Tangerang Propinsi Banten. *Forum Ilmiah*, 11(3). Retrieved from <https://ejournal.esaunggul.ac.id/index.php/Formil/article/view/1085>
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi* (Edisi Revisi). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Wonosobo, I. B. *Intruksi Bupati Wonosobo Nomor 443-55/1485/2022 Tentang Gerakan Masyarakat Bangun Jamban Sehat di Kabupaten Wonosobo.*, (2022).