

ABSTRACT

Generally, the communication campaign was an intentional, organized and temporary persuasive activity to obtain a particular effect on receiver or communicant. It was an environmental health campaign containing a health practices with the government institution as a communicator, in this case, the Health Department of Bandar Lampung City and arranged by particular session with variety message packaging and distribution to streamline of variety communication or media channels in achieve the target of health living persuasion of people, especially the cadre of Posyandu as a receiver or communicant.

This research used quantitative and qualitative method. The first one used to obtain description of process and main variable meaning of research, while the remains use explanatory survey. The study based on receiver perspective—focus on health living attitude and behavior of household as the member of Posyandu. It is presents three main hypothesis with 9 sub-hypothesis. The hypothesis test use path analysis counted by SPSS program with Spreadsheet-based of Microsoft Excel. Data collection by using of questionnaire distributed to 283 samples of respondent with random sampling technique to population household as the member of Posyandu of Bandar Lampung City, about 2.830 people.

The hypothesis was accepted; there was a direct influence of communication campaign to the health living attitude of Posyandu member. Also, it can see by the attitude without contribution as an intermediary in arising behavior personally. In the indirectly attitude hypothesis, cognitive aspect of health living attitude had indirectly influence. The affective one gives contribution an indirectly influence to the health living attitude and environment, but not in personally. Meanwhile the conative aspect do not shows a direct effect on arising influence to the health living attitude.

The most important finding is that communication channel uncompleted by media (interview and residential visit) was a preferred by respondent. It was recommended to review in media use and communicator credibility in integrated campaign.

Keywords: Persuasion, environment health campaign, communicator credibility, message characteristic, communications channel, health living attitude, health living behavior.

ABSTRAK

Kampanye komunikasi pada dasarnya merupakan kegiatan persuasi yang terencana, terorganisir dan dilakukan dalam kurun waktu tertentu, untuk memperoleh efek tertentu pada penerima. Kampanye pada penelitian ini adalah kampanye kesehatan lingkungan, berisikan praktik hidup sehat (*health practises*) dengan komunikator institusi pemerintah, dalam hal ini Dinas Kesehatan Kota di bawah Pemerintah Daerah Kota Bandar Lampung, yang dilaksanakan dalam kurun waktu tertentu dengan penyampaian pesan yang dikemas dalam beberapa cara serta penyampaiannya mengefektifkan saluran komunikasi atau media yang bervariatif demi mencapai tujuan melakukan persuasi hidup sehat kepada warga yang secara spesifik ditujukan kepada para Kader Posyandu sebagai *receiver* atau komunikant.

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan pada beberapa bagian menggunakan data-data kualitatif. Pendekatan atau pendataan secara kualitatif dimaksud untuk memperoleh gambaran proses dan makna variabel utama penelitian. Sedangkan pendekatan kuantitatif dilakukan dengan menggunakan metode survei eksplanatoris. Penelitian ini berpijak dalam perspektif penerima, yakni memiliki fokus pada efek sikap dan perilaku hidup sehat pada Ibu-ibu anggota Posyandu. Hipotesis utama didukung dengan 9 subhipotesis, dengan menggunakan uji *path analisys* yang dihitung menggunakan SPSS (*Statistical Programme Service Solution*) berbasiskan *spreadsheet* dari *Microsoft Excell*. Perolehan data dengan penyebaran angket kepada 283 orang responden sebagai sampel, melalui teknik *random samping* kepada ibu-ibu kader atau anggota Posyandu se-Kota Bandar Lampung jumlah populasi 2.830 orang.

Hipotesis penelitian diterima, bahwa ada pengaruh langsung kampanye komunikasi terhadap sikap hidup sehat ibu-ibu anggota Posyandu. Pengaruh langsung juga terjadi pada perilaku hidup sehat ibu-ibu anggota Posyandu namun tidak muncul kontribusi sebagai perantara dalam munculnya perilaku secara pribadi. Pada hipotesis mengenai pengaruh tidak langsung, Aspek kognitif dari sikap hidup sehat memiliki pengaruh tidak langsung. Aspek afektif memberi kontribusi sebagai pengaruh tidak langsung pada perilaku hidup sehat dan perilaku hidup sehat lingkungan, namun tidak terjadi pada perilaku hidup sehat pribadi. Sedangkan aspek konatif dari sikap hidup sehat tidak menunjukkan pengaruh tidak langsung dalam munculnya pengaruh pada perilaku hidup sehat.

Temuan penting adalah, saluran komunikasi tidak bermedia (wawancara dan kunjungan juru kampanye ke rumah kader) merupakan saluran komunikasi yang paling disukai oleh responden. Temuan ini merekomendasikan untuk meninjau ulang perencanaan penggunaan media serta kredibilitas komunikator dalam kegiatan kampanye terpadu.

Kata kunci : Persuasi, Kampanye Kesehatan Lingkungan, Kredibilitas Komunikator, Karakteristik Pesan, Saluran Komunikasi, Sikap dan Perilaku Hidup Sehat.