Strategi PROMOSI KESEHATAN

Dr. Novita Rany, SKM, M.Kes

Strategi PROMOSI KESEHATAN

Dr. Novita Rany, SKM, M.Kes

Penerbit Widina

STRATEGI PROMOSI KESEHATAN

Penulis:
Novita Rany

Desain Cover:
Septian Maulana

Sumber Ilustrasi:
www.freepik.com

Tata Letak:
Handarini Rohana

Editor:
Aas Masruroh

ISBN:
978-623-459-982-4

Cetakan Pertama:
Februari, 2023

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang
by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:
WIDINA MEDIA UTAMA
Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020
Website: www.penerbitwidina.com
Instagram: @penerbitwidina
Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Rasa syukur dan puji kami haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kelengkapan dan keberhasilan penyusunan buku berjudul “Strategi Promosi Kesehatan”. Buku ini yang berjudul “Strategi Promosi Kesehatan” disusun sebagai buku landasan pembelajaran di bidang ilmu kesehatan masyarakat. Selain itu, buku ini juga bertujuan untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi para pembaca.

Strategi promosi kesehatan merupakan salah satu cara yang bisa dilakukan dan diperlukan agar dapat mewujudkan suatu visi dan misi promosi kesehatan yang telah dilakukan dengan cara pendekatan yang strategis. WHO telah menetapkan sebuah strategi promosi kesehatan, yang terdiri dari tiga, yaitu advokasi, dukungan sosial, dan pemberdayaan masyarakat. Piagam Ottawa juga merumuskan strategi promosi kesehatan, yang menyebutkan berbagai upaya peningkatan status kesehatan masyarakat yang dapat dilaksanakan dengan berbagai macam kegiatan kebijakan berwawasan kesehatan, lingkungan yang mendukung, reorientasi pelayanan kesehatan, keterampilan individu, dan gerakan masyarakat.

Tujuan dari promosi kesehatan adalah, agar membuat individu, keluarga, kelompok dan bahkan masyarakat dapat meningkatkan kemampuan supaya hidup sehat dengan cara mengupayakan kesehatannya, serta mengusahakan terwujudnya suatu lingkungan yang dapat memfasilitasi dan agar terwujudnya kemampuan hidup sehat. Promosi kesehatan diharapkan dapat mewujudkan dan menjalankan visinya yang sejalan dengan visi pembangunan kesehatan. Maka dari itu agar dapat menjalankan visi promosi kesehatan dengan baik, diperlukan strategi promosi kesehatan, sehingga dapat mencapai apa yang ditujukan

Penulis sadar bahwa dalam proses penyusunan ini, masih terdapat kekurangan dan keterbatasan baik dari segi penulisan maupun konten yang disajikan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan permohonan maaf atas segala kekurangan yang mungkin ada dalam buku ini.

Penulis berharap bahwa isi buku ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang Strategi Promosi Kesehatan di Bidang Ilmu Kesehatan Masyarakat. Terakhir, Semoga buku ini dapat memberikan nilai tambah dan inspirasi untuk penelitian dan pembelajaran di masa mendatang.

Pekanbaru, Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **v**
DAFTAR GAMBAR ..... **vii**
BAB 1 PROMOSI KESEHATAN **1**
A. Definisi Promosi Kesehatan 1
B. Strategi Utama Promosi Kesehatan 2
1. Advocate 2
2. Enable 3
3. Mediate 4
C. Prinsip Promosi Kesehatan 6
1. Empowering 7
2. Participatory 7
3. Holistic 7
4. Equitable 8
5. Sustainable 8
6. Multi Strategi 8
BAB 2 ADVOKASI **11**
A. Pengertian Advokasi Dalam Promosi Kesehatan 11
B. Tujuan Advokasi Dalam Promosi Kesehatan 13
C. Jenis Advokasi Dalam Promosi Kesehatan 14
1. Perwakilan (Representations) 14
2. Pengembangan Komunitas (Community Development) 15
3. Aktivitas Komunitas (Community Activism) 16
4. Reformasi Kebijakan Sosial (Social Policy Reform) 17
D. Sasaran Advokasi Kesehatan 18
BAB 3 BINA SUASANA **23**
A. Pengertian Bina Suasana 23
B. Tujuan Bina Suasana 25
C. Hubungan Bina Suasana Dengan Partisipasi Masyarakat 25
D. Pendekatan Bina Suasana 27
E. Metode Strategi Bina Suasana 28

BAB 4 KEMITRAAN **31**
A. Definisi Kemitraan 31
B. Unsur - Unsur Kemitraan 32
C. Pentingnya Kemitraan Dalam Promosi Kesehatan 34
D. Tujuan Kemitraan 35
E. Jenis-Jenis Kemitraan 35
F. Prinsip Kemitraan 37
G. Landasan Kemitraan 39
H. Tahap-Tahap Kemitraan 39
I. Aspek Penentu Keberhasilan Dalam Kemitraan 39
J. Peran Mitra dalam Kemitraan 40
BAB 5 SOSIAL SUPPORT **43**
A. Definisi Dukungan Sosial (Social Support) 43
B. Dukungan Sosial dan Promosi Kesehatan 45
BAB 6 PEMBERDAYAAN **49**
A. Pengertian dan Tujuan Strategi Pemberdayaan 49
B. Pentingnya Pemberdayaan Dalam Promosi Kesehatan 50
C. Jenis Pemberdayaan Dalam Promosi Kesehatan 52
D. Kemajuan Teknologi dan Pemberdayaan Kesehatan 53
E. Inisiatif Pendidikan 53
F. Implikasi Kebijakan 54
G. Langkah dalam Pemberdayaan 54
BAB 7 STRATEGI PROMKES OTTAWA CHARTER **57**
A. Kebijakan Kesehatan dan Publik (Health and Public Policy) 59
B. Lingkungan yang Mendukung (Supportive Environment) 61
C. Reorientasi Pelayanan Kesehatan (Reorient Health Service) 63
D. Kemampuan Personal (Personnel skill) 64
E. Aksi Komunitas (Community Action) 66
DAFTAR PUSTAKA **68**
PROFIL PENULIS **71**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Pendekatan Kelompok Bina Suasana 27
Gambar 3.2 Pendekatan Masyarakat Umum Binas Suana 28
Gambar 3.3 Metode Pelatihan Bina Suasana 29
Gambar 3.4 Metode FGD Bina Suasana 30
Gambar 4.1 Peran Mitra..... 40
Gambar 6.1 Pemberdayaan Promosi Kesehatan 49
Gambar 7.1 Skema Ottawa Charter 1 59

BAB

1

PROMOSI KESEHATAN

A. DEFINISI PROMOSI KESEHATAN

Promosi kesehatan, sebagai suatu bidang studi, memiliki sejarah yang lebih pendek dibandingkan kesehatan masyarakat dan pendidikan kesehatan. Munculnya promosi kesehatan merupakan respons langsung terhadap perubahan pola penyakit di Amerika Serikat, khususnya peningkatan angka penyakit kronis yang dimulai pada pertengahan abad kedua puluh. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh dua alasan: penemuan antibiotik dan vaksinasi untuk mencegah dan mengobati penyakit menular dan penerapan perilaku gaya hidup yang meningkatkan risiko kondisi yang menyebabkan penyakit kronis.

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO *Center for Health Development*, 2004) mendefinisikan promosi kesehatan sebagai proses memberi individu kekuatan untuk mengurus kesehatan mereka dan membuat perbaikan. Individu atau kelompok harus mampu mengenali dan memenuhi kebutuhan, beradaptasi dengan perubahan lingkungan, dan mengidentifikasi dan mewujudkan aspirasi untuk mencapai keadaan kesejahteraan fisik, mental, dan sosial total. Dengan demikian, kesehatan dipandang sebagai alat untuk kehidupan sehari-hari, bukan tujuan keberadaan. Definisi positif kesehatan menekankan kemampuan fisik dan sumber daya sosial dan pribadi. Dengan demikian, promosi kesehatan melampaui memimpin gaya hidup sehat untuk kesejahteraan secara keseluruhan dan bukan hanya domain sektor kesehatan.

BAB

2

ADVOKASI

A. PENGERTIAN ADVOKASI DALAM PROMOSI KESEHATAN

Promosi kesehatan harus mampu menciptakan situasi sosial, politik, ekonomi, budaya, lingkungan, dan perilaku yang kondusif bagi kesehatan guna memenuhi tujuan advokasi. Upaya lobi ini dilakukan dengan para pengambil keputusan dari berbagai industri dan tingkat yang berhubungan dengan kesehatan. Meyakinkan para pengambil keputusan atau pengambil kebijakan akan pentingnya (urgensi) program kesehatan untuk dilaksanakan merupakan tujuan dari kegiatan ini. Saat ini, tujuan promosi kesehatan adalah tujuan tersier.

“Strategi untuk mempengaruhi pengambil keputusan, terutama ketika mereka menetapkan peraturan, mengatur sumber daya, dan mengambil keputusan yang menyangkut kepentingan publik” merupakan definisi luas dari kegiatan advokasi. Hal ini menunjukkan bahwa pengertian advokasi adalah upaya untuk menjangkau pihak-pihak yang dianggap mempunyai pendapat terhadap hasil suatu proyek atau kegiatan yang dilakukan. Oleh karena itu, para pemimpin, pengambil kebijakan, dan pengambil keputusan baik di lembaga publik maupun komersial menjadi tujuan advokasi.

Selain fasilitasi dan mediasi, advokasi juga diakui sebagai salah satu dari tiga pendekatan utama untuk mencapai tujuan promosi kesehatan (WHO, 1986). Suatu "kombinasi tindakan individu dan sosial yang dirancang untuk mendapatkan komitmen politik, dukungan kebijakan, penerimaan sosial, dan

BAB

3

BINA SUASANA

A. PENGERTIAN BINA SUASANA

Bina suasana berarti menciptakan opini atau lingkungan sosial yang membuat individu anggota masyarakat mau melakukan perilaku yang diperkenalkan tersebut. Membangun iklim berarti membangun kemitraan dengan berbagai kelompok opini di masyarakat, antara lain tokoh masyarakat, tokoh agama, lembaga swadaya masyarakat (LSM), dunia usaha/swasta, media massa, dan badan profesional pemerintah. Ketika masyarakat dimanapun mempunyai opini positif terhadap perilakunya, maka lingkungan sosialnya (keluarga di rumah, panutan dan idola, arisan, arisan, bahkan masyarakat umum) mempunyai opini positif terhadap perilakunya. Penciptaan suasana dilakukan dengan sasaran sekunder dan kader di berbagai tingkat administrasi (dari pusat hingga desa).

Seseorang akan terdorong untuk mau melakukan sesuatu apabila lingkungan sosial di mana pun ia berada (keluarga di rumah, orangorang yang menjadi panutan/idolanya, kelompok arisan, majelis agama, dan lain-lain, dan bahkan masyarakat umum) memiliki opini yang positif terhadap perilaku tersebut Bina suasana dilakukan untuk sasaran sekunder atau petugas pelaksana diberbagai tingkat administrasi (dari pusat hingga desa). Strategi bina suasana perlu ditetapkan untuk menciptakan normanorma dan kondisi/situasi kondusif di masyarakat dalam mendukung perilaku sehat. Bina suasana sering dikaitkan dengan pemasaran sosial dan kampanye, karena

BAB

4

KEMITRAAN

A. DEFINISI KEMITRAAN

Kemitraan adalah kesepakatan antara organisasi, orang, dan lain-lain untuk bekerja sama. Kerja sama yang terbentuk dalam kemitraan antara pihak-pihak tersebut bertujuan untuk mencapai tujuan bersama, di mana masing-masing pihak memiliki hak dan tanggung jawab sesuai dengan kesepakatan (Cambridge Dictionary, n.d.). Dalam konteks promosi kesehatan, kemitraan mengacu pada hubungan kolaboratif yang dibangun antara individu, organisasi, atau sektor yang berbeda dengan tujuan bersama untuk meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan. Kemitraan dalam promosi kesehatan ditandai dengan komitmen bersama untuk bekerja sama, mengumpulkan sumber daya, dan memanfaatkan keahlian kolektif untuk mengatasi masalah kesehatan yang kompleks dan mencapai tujuan bersama.

Kemitraan ini dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, yang melibatkan kolaborasi antara lembaga kesehatan masyarakat, badan pemerintah, organisasi nirlaba, kelompok masyarakat, penyedia layanan kesehatan, dunia usaha, dan pemangku kepentingan lainnya. Inti dari kemitraan promosi kesehatan terletak pada pengakuan bahwa peningkatan hasil kesehatan seringkali memerlukan upaya terkoordinasi dari berbagai sektor dan tingkat masyarakat.

BAB

5

SOSIAL SUPPORT

A. DEFINISI DUKUNGAN SOSIAL (*SOCIAL SUPPORT*)

Konsep “dukungan sosial” mengacu pada berbagai fitur hubungan sosial, seperti mekanisme pertahanan yang dapat melindungi seseorang dari konsekuensi stres yang merusak (misalnya keluarga, teman, jumlah dan frekuensi kontak sosial). Meskipun kurangnya dukungan sosial telah dikaitkan dengan depresi, neurosis, dan bahkan kematian, mereka yang memiliki hubungan dan dukungan sosial yang kuat tampaknya kurang rentan terhadap gangguan psikologis dan fisik. Ketika ada dukungan yang memadai, dampak stres dan penyebab berbahaya lainnya akan berkurang. Sebaliknya, ketika dukungan yang diberikan sedikit, seseorang akan lebih rentan terhadap gangguan tertentu. Dukungan sosial tampaknya menjadi pengaruh moderat yang signifikan dalam proses stres secara umum.

Cobb mendefinisikan dukungan sosial pada tahun 1976 sebagai perasaan bahwa seseorang dicintai dan diperhatikan, dihargai dan dihargai serta menjadi bagian dari jaringan komunikasi dan kewajiban bersama". Cobb mengidentifikasi tiga elemen terpisah dari dukungan sosial, yang penting dalam memberikan bantuan atau bantuan kepada mereka yang mengalami stres yaitu:

- Dukungan emosional (ekspresi pengertian, kepercayaan, simpati dan pengasuhan)
- Dukungan harga diri (ekspresi rasa suka, cinta dan hormat)

BAB

6

PEMBERDAYAAN

A. PENGERTIAN DAN TUJUAN STRATEGI PEMBERDAYAAN

Dalam konteks promosi layanan kesehatan, pemberdayaan merupakan sebuah konsep transformatif yang telah menunjukkan hasil signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Artinya, setiap orang harus memiliki pemahaman, keberanian, dan kesadaran diri agar dapat berpartisipasi aktif dalam meningkatkan kesehatan serta kepekaan mata dan kendalanya. Studi ini mengkaji peran penting pendidikan dalam mempromosikan layanan kesehatan, menilai dampaknya terhadap individu, komunitas, dan sistem pelayanan kesehatan secara keseluruhan.

Gambar 6.1 Pemberdayaan promosi kesehatan

BAB

7

STRATEGI PROMKES OTTAWA CHARTER

Pada bulan November 1986, Konferensi Internasional tentang Promosi Kesehatan dimulai di Ottawa, Kanada. Alasan utama pertemuan adalah untuk membahas harapan global yang semakin meningkat untuk gerakan kesehatan masyarakat baru. Meskipun tuntutan di negara-negara industri adalah topik utama diskusi, semua masalah wilayah lainnya juga dipertimbangkan. Tujuan utama konferensi ini adalah untuk terus mencari cara untuk menerapkan rencana Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) yang diluncurkan pada tahun 1981, "Kesehatan untuk semua pada tahun 2000."

Sejak dirilisnya, Piagam Ottawa Organisasi Kesehatan Dunia untuk Promosi Kesehatan (1986) telah dianggap sebagai pekerjaan dasar dan model untuk promosi kesehatan. Ini terus dianggap sebagai "standar emas" bagi siapa pun yang bekerja di lapangan yang ingin meningkatkan kesehatan dan mengurangi ketidaksetaraan. Piagam Ottawa menginspirasi departemen kesehatan di seluruh dunia dan meningkatkan promosi kesehatan menjadi prioritas di banyak negara. (Catford 2011).

Sekelompok akademisi, pembuat keputusan, dan profesional kesehatan masyarakat yang berkumpul di Ottawa, Kanada, pada tahun 1986 mengadopsi Piagam Ottawa yang berfungsi sebagai panduan bagi negara-negara yang membentuk Organisasi Kesehatan Dunia Euroregional untuk mengejar Deklarasi Alma Ata tujuan "Kesehatan untuk Semua pada tahun 2000." Laporan Lalonde (1974), Konstitusi WHO (1946), dan Deklarasi Alma Ata (1978) adalah semua teks penting yang membentuk Piagam Ottawa

DAFTAR PUSTAKA

Amanda, E. (2022). *Analisis Promosi Kesehatan Berdasarkan Ottawa Charter Di Rs Onkologi*. https://doi.org/10.31219/osf.io/ag849

Bahar, H. (2023). Studi kualitatif pelaksanaan promosi Kesehatan di Blud Rumah Sakit konawe Sulawesi tenggara. *Jurnal Wawasan Promosi Kesehatan*, *4*(2). https://doi.org/10.37887/jwins.v4i2.43217

Emilia, O., Prabandari, Y. S., & Supriyati. (2018). *Promosi Kesehatan: Dalam Lingkup kesehatan reproduksi*. Gadjah Mada University Press.

Eriksson, M., & Lindstrom, B. (2008). A salutogenic interpretation of the ottawa charter. *Health Promotion International*, *23*(2), 190–199. https://doi.org/10.1093/heapro/dan014

Ewles, L., Simnett, I., & Emilia, O. (1994). *Promosi Kesehatan: Petunjuk Praktis*. Gadjah Mada University Press.

Flynn, M. A. (2015). Empowering people to be healthier: Public Health Nutrition through the ottawa charter. *Proceedings of the Nutrition Society*, *74*(3), 303–312. https://doi.org/10.1017/s002966511400161x

Fry, D., & Zask, A. (2016). Applying the ottawa charter to inform Health Promotion Programme Design. *Health Promotion International*. https://doi.org/10.1093/heapro/daw022

Hartono, B. (2011). *Promosi Kesehatan: Sejarah Dan perkembangannya di Indonesia*. Rineka Cipta.

Health promotion principles and practice: Addressing complex public health issues using the Ottawa Charter. (2019). *Public Health*, 43–59. https://doi.org/10.1017/9781108598217.005

An introduction to health promotion. (1998). . Queensland Centre for Public Health.

Jackson, S. F., Perkins, F., Khandor, E., Cordwell, L., Hamann, S., & Buasai, S. (2006). Integrated Health Promotion Strategies: A contribution to tackling current and future health challenges. *Health Promotion International*, *21*(suppl_1), 75–83. https://doi.org/10.1093/heapro/dal054

Juneau, C.-E., Jones, C. M., McQueen, D. V., & Potvin, L. (2011). Evidence-based health promotion: An emerging field. *Global Health Promotion*, *18*(1), 79–89. https://doi.org/10.1177/1757975910394035

Kurniawan. K, R. N. (2018). Strategi promosi Kesehatan Terhadap upaya Penanggulangan penyalahgunaan narkoba. *MPPKI (Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia): The Indonesian Journal of Health Promotion*, *1*(1), 21–24. https://doi.org/10.31934/mppki.v1i1.132

Labonte, R. (1988). Health promotion: From concepts to strategies. *Healthcare Management Forum*, *1*(3), 24–30. https://doi.org/10.1016/s0840-4704(10)61333-6

LEE, C. Y., KIM, H. S., AHN, Y. H., KO, I. S., & CHO, Y. H. (2009). Development of a community health promotion center based on the World Health Organization's Ottawa Charter Health Promotion Strategies. *Japan Journal of Nursing Science*, *6*(2), 83–90. https://doi.org/10.1111/j.1742-7924.2009.00125.x

Lee, M.-S. (2015). The principles and values of Health Promotion: Building upon the ottawa charter and related who documents. *Korean Journal of Health Education and Promotion*, *32*(4), 1–11. https://doi.org/10.14367/kjhep.2015.32.4.1

Lin, V., & Fawkes, S. (2007). Health Promotion in Australia: Twenty Years on from the ottawa charter. *Promotion & Education*, *14*(4), 203–208. https://doi.org/10.1177/10253823070140040401

Nopan, N. S., Sari, Y. K., & Desnita, E. (2022). Hubungan Pengetahuan Dan Supervisi Dengan Penerapan prinsip Enam Benar Dalam pemberian obat Oleh Perawat Pelaksana di Ruang Rawat inap rsi siti rahmah padang. *Informasi Dan Promosi Kesehatan*, *1*(2), 102–111. https://doi.org/10.58439/ipk.v1i2.24

Nutbeam, D. (2008). What would the Ottawa Charter look like if it were written today? *Critical Public Health*, *18*(4), 435–441. https://doi.org/10.1080/09581590802551208

Nutbeam, D. (2018). Health Education and health promotion revisited. *Health Education Journal*, *78*(6), 705–709. https://doi.org/10.1177/0017896918770215

Ottawa Health Promotion Charter Revisited. (1987). *Health Policy*, *8*(1), 138. https://doi.org/10.1016/0168-8510(87)90136-9

padang, A. (2020). *Pengaruh Promosi Kesehatan Terhadap Peningkatan Kesehatan Masyarakat*. https://doi.org/10.31219/osf.io/fhzjc

Palfrey, C. (2018). Strategies for health promotion. *The Future for Health Promotion*, 83–112. https://doi.org/10.1332/policypress/9781447341239.003.0004

Pettersson, B. (2007). Transforming Ottawa Charter Health Promotion Concepts into Swedish public health policy. *Promotion & Education*, *14*(4), 244–249. https://doi.org/10.1177/10253823070140041201

Potvin, L., & Jones, C. M. (2011). Twenty-five years after the Ottawa Charter: The Critical Role of Health Promotion for Public Health. *Canadian Journal of Public Health*, *102*(4), 244–248. https://doi.org/10.1007/bf03404041

Snelling, A. (2024). *Introduction to health promotion*. Jossey-Bass.

Strategies for health promotion. (2022). *The Future for Health Promotion*, 83–112. https://doi.org/10.46692/9781447341246.004

Thompson, S. R., Watson, M. C., & Tilford, S. (2017). The ottawa charter 30 years on: Still an important standard for health promotion. *International Journal of Health Promotion and Education*, *56*(2), 73–84. https://doi.org/10.1080/14635240.2017.1415765

Wilberg, A., Saboga-Nunes, L., & Stock, C. (2019). Are we there yet? use of the ottawa charter action areas in the perspective of European Health Promotion Professionals. *Journal of Public Health*, *29*(1), 1–7. https://doi.org/10.1007/s10389-019-01108-x

PROFIL PENULIS

Dr. Novita Rany, SKM., M.Kes

Penulis lahir di Pekanbaru 11 Juli 1986. Ia menempuh pendidikan di Sekolah Menengah Farmasi (SMF) Ikasari Pekanbaru pada tahun 2004 dan melanjutkan pendidikan S1 di Universitas Hang Tuah Pekanbaru Jurusan Kesehatan Masyarakat. Di kampus yang sama, ia melanjutkan pendidikan S2 di Magister Kesehatan Masyarakat Jurusan Promosi Kesehatan 2012. Pendidikan S3nya ditempuh di UNRI, Prodi S3 Ilmu Lingkungan Tahun 2020.

Saat ini penulis sebagai dosen tetap di Universitas Hang Tuah Pekanbaru. Penulis sudah menulis beberapa buku antara lain berjudul Perilaku Kesehatan dan Metodologi Penelitian Kualitatif. Di sela-sela sebagai dosen, ia menulis beberapa tulisan ilmiah. Salah satu tulisan yang kini sudah diterbitkan di Jurnal Internasional terindeks Scopus Q2 yang berjudul "Implementasi Program Sanitasi Total Berbasis Masyarakat STBM di pinggiran Sungai Siak". Beberapa karya-karyanya yang lain akan menyusul. Selain itu, penulis juga aktif sebagai narasumber, salah satunya narasumber pemicuan Program STBM di Pekanbaru. Penulis juga aktif di organisasi profesi Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat IAKMI Provinsi Riau di bidang Promosi Kesehatan.

Strategi PROMOSI KESEHATAN

Dalam buku yang memukau ini, "Strategi Promosi Kesehatan," pembaca diajak untuk menjelajahi dunia strategi-promosi yang inovatif dalam membangun masyarakat yang lebih sehat dan berdaya. Konsep-konsep kunci seperti Promosi Kesehatan, Advokasi, Bina Suasana, Kemitraan, Sosial Support, dan Pemberdayaan disajikan dengan pendekatan yang menyegarkan. Buku ini tidak hanya menguraikan teori, tetapi memberikan panduan praktis dan solusi terhadap tantangan nyata dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Melalui eksplorasi Strategi Promkes Ottawa Charter, pembaca akan dibimbing untuk memahami prinsip-prinsip fundamental yang melandasi promosi kesehatan modern. Kalimat-kalimat yang penuh daya dan inspiratif menggugah pembaca untuk merenung tentang peran mereka dalam membentuk lingkungan yang mendukung kesehatan. Buku ini tidak sekadar memberikan informasi, tetapi mengajak pembaca untuk terlibat aktif dalam menggali potensi promosi kesehatan sebagai kunci menuju kehidupan yang lebih bermakna.

Dengan harapan bahwa buku ini tidak hanya memberikan wawasan, tetapi juga menjadi panduan praktis bagi individu, profesional kesehatan, dan pemangku kepentingan lainnya. "Strategi Promosi Kesehatan" hadir sebagai kompas yang memandu pembaca untuk terlibat dalam upaya kolektif menciptakan masyarakat yang lebih sehat, berdaya, dan peduli terhadap kesejahteraan bersama.

ISBN 978-623-459-982-4

9 786234 599824

Penerbit widina
www.penerbitwidina.com