BAB II

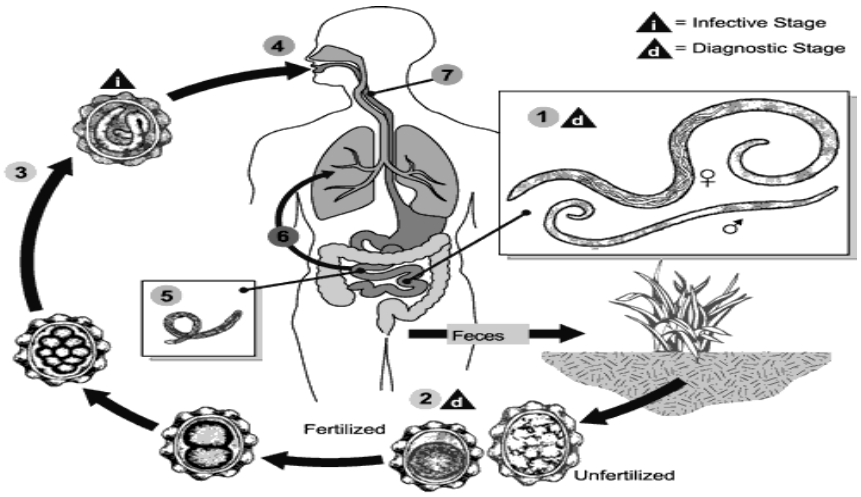
HIDUP SEHAT UNTUK MENCEGAH PENYAKIT CACINGAN

2.1 Penyakit Cacingan

Cacingan merupakan parasit manusia dan hewan yang sifatnya merugikan, manusia merupakan *hospes* (inang) beberapa nematoda usus. Sebagian besar daripada nematoda ini menyebabkan masalah kesehatan masyarakat di Indonesia. Beberapa jenis cacing yang menyerang manusia yaitu; cacing gelang, cacing cambuk, cacing kremi, dan cacing tambang (Gandahusada, 2000, h.8).

Penyakit cacingan bisa menyerang siapa saja, tanpa mengenal usia. Biasanya penularan penyakit cacingan terdapat 2 jenis yaitu (Ali, 2007):

1. Buang air besar sembarangan – feses yang mengandungi telur cacing mencemari tanah – telur menempel di tangan atau kuku ketika mereka sedang bermain – ketika makan atau minum, telur cacing masuk ke dalam mulut – tertelan – kemudian orang akan cacingan dan seterusnya.
2. Buang air besar sembarangan – feses yang mengandung telur cacing mencemari tanah – dikerumuni lalat – lalat hinggap di makanan atau minuman – makanan atau minuman yang mengandung telur cacing masuk melalui mulut – tertelan – dan selanjutnya orang akan cacingan.



Gambar 2.1 Penularan Penyakit Cacingan
sumber : Arsad Rahim Ali, 2007, Penyakit Cacing Pada Anak

2.2 Hidup Sehat

Sehat merupakan sebuah keadaan yang tidak hanya terbebas dari penyakit akan tetapi juga meliputi seluruh aspek kehidupan manusia yang meliputi aspek fisik, emosi, sosial dan spiritual.

Menurut WHO (1946), Sehat itu sendiri dapat diartikan bahwa suatu keadaan yang sempurna baik secara fisik, mental dan sosial serta tidak hanya bebas dari penyakit atau kelemahan.

Definisi WHO tentang sehat mempunyai karakteristik berikut yang dapat meningkatkan konsep sehat yang positif:

1. Memperhatikan individu sebagai sebuah sistem yang menyeluruh.
2. Memandang sehat dengan mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal.

3. Penghargaan terhadap pentingnya peran individu dalam hidup.

UU No.23, 1992 tentang Kesehatan menyatakan bahwa: Kesehatan adalah keadaan sejahtera dari badan, jiwa dan sosial yang memungkinkan hidup produktif secara sosial dan ekonomi. Dalam pengertian ini maka kesehatan harus dilihat sebagai satu kesatuan yang utuh terdiri dari unsur-unsur fisik, mental dan sosial dan di dalamnya kesehatan jiwa merupakan bagian integral kesehatan.

Dalam pengertian yang paling luas sehat merupakan suatu keadaan yang dinamis dimana individu menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan lingkungan internal (psikologis, intelektual, spiritual dan penyakit) dan eksternal (lingkungan fisik, sosial, dan ekonomi) dalam mempertahankan kesehatannya.

2.3 Program Penanggulangan Penyakit Cacingan

2.3.1 Pencanangan Hari Waspada Cacing

Dari artikel yang dikutip dari *www.depkes.gov.id*, yang diakses pada tanggal 7 Februari 2011. Kementerian Kesehatan bekerja sama dengan Dinas Kesehatan DKI Jakarta dan Johnson & Johnson sebagai produsen obat cacing menyelenggarakan pencanangan Hari Waspada Cacing pada tanggal 23 Juli 2010 di Gelanggang Samudra Ancol, Jakarta

Utara. Berdasarkan hasil survey, saat ini anak Indonesia yang menderita penyakit cacingan angkanya rata-rata berada di kisaran 30%.

Hal ini perlu menjadi perhatian dan kerja keras dari semua pihak karena cacingan selain dapat menyebabkan penyakit infeksi dan masalah pencernaan, juga bisa membuat anak-anak menjadi lesu dan tidak bersemangat sehingga prestasinya pun menurun.

Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat khususnya orang tua dan anak serta pendidik terhadap ancaman bahaya penyakit infeksi karena cacing sehingga ancaman infeksi penyakit cacing dapat dihindari atau berkurang secara maksimal.

Pada acara yang diikuti oleh ribuan anak-anak dari berbagai Sekolah Dasar di DKI Jakarta ini dilakukan juga penandatanganan komitmen antara Kementerian Kesehatan, Dinas Kesehatan DKI Jakarta, serta Johnson & Johnson dalam upaya pengendalian dan pemberantasan penyakit cacingan. Selain itu diluncurkan juga program 3J, yaitu; 1) Jaga Kebersihan Diri, 2) Jaga Kebersihan Makanan, dan 3) Jaga Kebersihan Lingkungan.

2.3.2 Hari Cuci Tangan Pakai Sabun

Dari artikel yang dikutip dari *www.depkes.gov.id* , yang diakses pada tanggal 15 April 2011. Cuci tangan pakai sabun (CTPS) merupakan cara mudah dan tidak perlu biaya mahal. Menurut Endang Rahayu Sedyaningsih, membiasakan CTPS sama dengan mengajarkan anak-anak dan seluruh keluarga hidup sehat sejak dini. Dengan demikian, pola hidup bersih dan sehat (PHBS) tertanam kuat pada diri pribadi anak-anak dan anggota keluarga lainnya.

Melalui Hari CTPS ini diharapkan peran semua pemangku kepentingan untuk menyelenggarakan kegiatan CTPS secara serentak pada tanggal 15 Oktober setiap tahun, menyelenggarakan kegiatan lanjutan dalam rangka sosialisasi dan kampanye CTPS melalui berbagai kegiatan nyata di masyarakat; dan menyediakan sarana CTPS yang disertai dengan kampanye perilaku hidup sehat di masyarakat.

Hari Cuci Tangan Pakai Sabun adalah kampenye global yang dicanangkan oleh PBB pada Pertemuan Tahunan Air Sedunia *(Annual World Water Week)*, 17-23 Agustus, 2008 di Stockholm, Swedia. Gerakan mencuci tangan pakai sabun sedunia diharapkan dapat meningkatkan perilaku hidup sehat, mencegah timbulnya penyakit.

Menurut Badan Kesehatan Dunia (WHO), kedua tangan adalah salah satu jalur utama masuknya kuman penyakit ke

dalam tubuh. Sebab, tangan adalah anggota tubuh yang paling sering berhubungan langsung dengan mulut dan hidung. Penyakit-penyakit yang umumnya timbul karena tangan yang berkuman seperti penyakit cacingan.

2.3.3 Permasalahan Program Pemberantasan Cacingan

Permasalahan penyakit cacingan pada anak adalah, adanya reinfeksi. Masyarakat pada umumnya kurang membiasakan pola hidup sehat untuk mencegah terjangkitnya kembali telur cacing, terutama pada anak-anak. Program-program seperti pengobatan dan pemeriksaan sudah dijalankan, namun tanpa adanya perilaku yang berkesinambungan dari masyarakat, seperti membiasakan hidup sehat, terjangkitnya penyakit cacingan akan terus terjadi.

Dari data profil kesehatan di Kota Bandung pada tahun 2007, tidak lebih dari 50% rumah tangga yang diamati tidak melakukan perilaku hidup sehat.

PERSENTASE RUMAH TANGGA BER PERILAKU HIDUP SEHAT
KOTA BANDUNG TAHUN 2007

NO	KECAMATAN	RUMAH TANGGA		
		JUMLAH DIPANTAU	BER PHS	%
1	2	4	5	6
1	SUKASARI	13,880	6,750	48.63
2	SUKAJADI	21,724	7,669	35.30
3	CICENDO	20,740	9,146	44.10
4	ANDIR	20,081	4,900	24.40
5	CIDADAP	11,652	4,078	35.00
6	COBLONG	23,187	9,949	42.91
7	BANDUNG WETAN	6,965	1,746	25.00
8	SUMUR BANDUNG	14,369	7,903	55.00
9	CIBEUNYING KALER	24,469	0	0.00
10	CIBEUNYING KIDUL	186,671	62,479	33.47
11	KIARACONDONG	26,479	7,507	28.35
12	BATUNUNGGAL	27,959	6,336	22.66
13	LENGKONG	13,354	5,765	43.17
14	REGOL	15,065	9,536	63.30
15	ASTANAANYAR	14,597	7,498	51.37
16	BOJONGLOA KALER	23,719	0	0.00
17	BOJONGLOA KIDUL	24,145	9,781	40.51
18	BABAKAN CIPARAY	17,257	8,176	47.38
19	BANDUNG KULON	22,898	15,378	67.16
20	ANTAPANI	12,436	8,806	70.81
21	MANDALAJATI	1,146	0	0.00
22	ARCAMANIK	5,193	2,004	38.59
23	UJUNGBERUNG	3,574	1,365	38.19
24	CINAMBO	14,330	11,609	81.01
25	CIBIRU	13,102	8,372	63.90
26	PANYILEUKAN	15,413	9,772	63.40
27	GEDEBAGE	3,574	33,555	938.86
28	RANCASARI	15,413	7,257	47.08
29	BUAHBATU	9,796	3,527	36.00
30	BANDUNG KIDUL	8,065	2,175	26.90
JUMLAH (KAB/KOTA)		**631,293**	**273,039**	**43.25**

Tabel 2.1 Persentase Rumah Tangga Ber Perilaku Hidup Sehat
sumber : Profil Kesehatan Kota Bandung, 2007

2.4 Kebiasaan Hidup Sehat untuk Mencegah Penyakit Cacingan

Menurut Departemen Kesehatan R.I (2001, h.100) usaha pencegahan penyakit cacingan antara lain: mencuci tangan sehabis bermain, sebelum makan, dan setelah buang air, memotong kuku selama dua hari sekali, memakai alas kaki jika berada di luar rumah ataupun ruangan, serta menjaga kebersihan makanan ataupun minuman.

2.4.1 Kebiasaan Mencuci Tangan

Mencuci tangan dengan sabun adalah salah satu tindakan sanitasi dengan membersihkan tangan dan jari jemari menggunakan air dan sabun oleh manusia untuk menjadi bersih dan memutuskan mata rantai penyakit.

Anak-anak paling sering terserang penyakit cacingan karena biasanya jari-jari tangan mereka dimasukkan ke dalam mulut, atau makan tanpa cuci tangan (Oeswari, 1991, h.53).

2.4.2 Kebiasaan Memotong Kuku

Kuku biasanya menjadi tempat penularan telur cacing dari tanah ke dalam tubuh. Kuku sebaiknya selalu dipotong dua hari sekali dan pendek untuk menghindari penularan cacing dari tangan ke mulut (Gandahusada, 2000, h.30).

2.4.3 Kebiasaan Memakai Alas Kaki

Cacing masuk melalui pori-pori kulit, lewat kaki yang tidak menggunakan alas kaki dan menginjak larva atau telur cacing. Kemudian masuk ke pembuluh darah vena, menuju ke paru-paru. Cacing menggigit dinding usus, bertelur dan hidup di usus, dan ikut makan makanan yang sudah dicerna di dalam usus. (Departemen Kesehatan R.I, 1990, h.61).

2.4.4 Kebiasaan Makan

Kebiasaan penggunaan feses manusia sebagai pupuk tanaman menyebabkan semakin luasnya pengotoran tanah, persediaan air rumah tangga dan makanan tertentu, misalnya sayuran akan meningkatkan jumlah penderita cacingan.

Demikian juga kebiasaan makan masyarakat, menyebakan terjadinya penularan penyakit cacing tertentu. Misalnya, kebiasaan makan secara mentah atau setengah matang, ikan, kerang, daging dan sayuran. Bila dalam makanan tersebut terdapat *kista* atau *larva* cacing, maka siklus hidup cacingnya menjadi lengkap, sehingga terjadi infeksi pada manusia (Indan, 2003, h.229).

2.5 Peran Ibu dalam Mengawasi dan Menjaga Kesehatan Anak

Menurut Sekartini (2001), ibu yang paling berperan dalam kehidupan seorang anak. Ibu merupakan model atas tingkah laku sosial bagi anak, juga dalam berperilaku sehat, khususnya dalam pencegahan penyakit cacingan.

Ibu perlu menjaga dan mengawasi anak secara fisik dan psikis. Mengawasi aktivitas mereka, berada dimana, sedang apa, kalau sedang bermain maka bermain apa dan lain sebagainya.

2.6 Anak Usia Dini

Menurut Wahdah Ayu (2009), anak usia dini mempunyai karakteristik yang khas, baik secara fisik, psikis, sosial moral dan sebagainya. Masa kanak-kanak juga menjadi masa yang paling penting semasa hidupnya, sebab masa kanak-kanak menjadi pondasi dan dasar kepribadian yang akan menentukan pengalaman hidup selanjutnya.

Pengalaman yang dialami anak pada usia dini akan berpengaruh kuat pada kehidupan selanjutnya. Usia dini merupakan usia yang paling penting dalam tahap perkembangan manusia, sebab usia tersebut merupakan periode yang tepat untuk meletakan struktur kepribadian yang dibangun untuk sepanjang hidupnya, maka diperlukan pelayanan dan pendidikan yang tepat.

2.7 Kampanye

Menurut Antar Venus kampanye sosial adalah suatu kegiatan komunikasi untuk mempengaruhi masyarakat dengan merencanakan serangkaian kegiatan atau usaha tertentu untuk mencapai tujuan dalam jangka waktu tertentu. Kampanye dapat juga berarti kegiatan yang di lakukan oleh organisasi politik atau calon yang bersaing memperebutkan kedudukan di parlemen dan sebagainya untuk mendapatkan dukungan massa di suatu pemungutan suara.

Kampanye adalah: “Gerakan (tindakan) serentak untuk melawan, mengadakan aksi, dan sebagainya”. Berkampanye mengadakan secara

serentak (untuk melawan, mengadakan aksi, menarik perhatian dan seterusnya).

Menurut Roger Storey dalam (Venus, 2004, h.7), kampanye ialah serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan mendapatkan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.

Kampanye adalah kegiatan yang dilakukan suatu individu atau kelompok untuk mempengaruhi masyarakat dengan cara menyampaikan suatu informasi agar masyarakat dapat mengerti dari apa yang sedang sampaikan atau diinformasikan oleh suatu lembaga atau perorangan yang bertujuan membentuk suatu perubahan sosial pada masyarakat.

Kegiatan kampanye biasanya memuncak dalam *event* (acara) tertentu untuk menarik perhatian, dukungan, pemahaman dan meningkatkan kesadaran sekaligus mempengaruhi masyarakat tentang suatu tema tertentu.

2.7.1 Jenis Kampanye

Berbicara tentang jenis-jenis kampanye pada prinsipnya adalah membicarakan motivasi yang melatar belakangi diselenggarakannya suatu kampanye. Motivasi yang dimaksud adalah akan menentukan kearah mana dan apa tujuan dari diadakannya kampanye tersebut.

Dari uraian diatas, maka kampanye dapat dibedakan menurut jenisnya menjadi 4 macam, yaitu:

1. Kampanye Sosial

   Adalah suatu kegiatan kampanye yang mengkomunikasikan pesan-pesan yang berisi tentang masalah sosial kemasyarakatan, dan bersifat non komersial. Tujuan dari kampanye sosial adalah untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan gejala-gejala sosial yang sedang terjadi.

2. Kampanye Bisik

   Kampanye yang dilakukan melalui gerakan untuk melawan atau mengadakan aksi secara serentak dengan jalan mengabarkan kabar angin.

3. Kampanye Promosi

   Adalah kegiatan kampanye yang dilaksanakan dalam rangka promosi untuk meningkatkan atau memperhatikan penjualan, dan sebagainya.

4. Kampanye Politik

   Kampanye yang menyampaikan pesan-pesan kepada masyarakat agar masyarakat memperoleh informasi tentang apa, dan bagaimana suatu partai, program maupun visinya. Dengan demikian masyarakat dapat memahami maksud, dan tujuan dari partai tersebut untuk menentukan dipilih atau tidak.

2.7.2 Media Kampanye

Dalam kampanye media cenderung ditempatkan sebagai saluran komunikasi utama karena hanya lewat media inilah khalayak dalam jumlah yang besar dapat diraih. Disamping kemampuanya dalam melipatgandakan penyebaran informasi, media juga memiliki kemampuan untuk mempersuasi khalayak. Menurut Klapper (Mcqueil, 1987) membedakan enam jenis perubahan yang mungkin terjadi akibat penggunaan media dalam proses kampanye, yakni:

- Menyebabkan perubahan yang diinginkan
- Menyebabkan perubahan yang tidak diinginkan
- Menyebabkan perubahan kecil (baik dalam bentuk maupun intensitas)
- Memperlancar perubahan (diinginkan atau tidak)
- Memperkuat apa yang ada, dan
- Mencegah perubahan

Dalam program kampanye harus ditentukan aspek-aspek yang akan mempengaruhi pemilihan media yang akan digunakan sebagai saluran kampanye, sebagai berikut;

Jangkauan	Jumlah orang yang memberikan perhatian tertentu dalam batas geografis dan merupakan bagian dari seluruh populasi.
Tipe khalayak	Profil dari orang yang potensial dan memberikan perhatian tertentu, seperti nilai, gaya hidup dan lain lain.

Ukuran khalayak	Seberapa banyak orang yang terhubung.
Biaya	Ongkos produksi dan pembelian media.
Tujuan komunikasi	Apa yang dapat dicapai dan respons yang dikehendaki, hubungan dengan penggunaan media lain dan sebagainya.
Batas atau aturan	Pengaturan untuk mencegah masuknya produk-produk atau hal-hal tertentu dari media tertentu.

Tabel 2.2 Seleksi Media
sumber : Richard Varey, 2003, *Marketing Communication*

2.8 Target Audiens

Dalam merancang sebuah media kampanye perlu mengetahui target audiens yang dibagi dalam tiga bagian, yaitu target audiens secara Demografis, Psikografis, serta Geografis yakni;

- **Demografis**

  Target : Ibu-ibu

  Gender : Perempuan

  Usia : 20-45 tahun

  SES : Menengah ke Bawah, Menengah

- **Psikografis**

  Diutamakan target audiens yang tidak melakukan perilaku hidup sehat.

- **Geografis**

  Wilayah Kota Bandung

2.9 *Resume* Target Audiens *Journey*

Aktivitas yang dilakukan sehari-hari dari target primer atau ibu-ibu, biasanya dimulai dari bangun pagi, membersihkan rumah, memasak, mencuci, mengasuh anak, bersantai, berkumpul dengan tetangga, bekerja, berkumpul dengan keluarga, hingga tidur kembali. Bisa disimpulkan keseharian dari target audiens sebagian besar waktunya dihabiskan tidak jauh dari tempat tinggalnya (rumah).