# Sosialisasi Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mendukung Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) di Banda Aceh

**Ammar Fuad [1*], Aida Fitri[2], Mahyuddin[3] Miftahul Jannah[4] Fandi Bachtiar[5] Harbiyah G[6]**
[1, 3, 5)] Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Aceh
[2)]Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Aceh
[4)]Program Studi Fisioterapi, Fakultas Vokasi, Universitas Muhammadiyah Aceh
[6)]Program Studi Perhotelan, Fakultas Vokasi, Universitas Muhammadiyah Aceh
e-mail: ammar.fuad@unmuha.ac.id

**Abstrak**
Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) merupakan inisiatif pemerintah untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui perilaku hidup sehat. Keberhasilan GERMAS sangat dipengaruhi oleh efektivitas strategi komunikasi pemasaran yang digunakan untuk menyampaikan informasi dan membentuk perilaku masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan dalam sosialisasi GERMAS di Banda Aceh, serta menilai efektivitasnya dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen terkait program GERMAS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, penyuluhan langsung, dan kampanye kreatif berbasis komunitas terbukti meningkatkan pemahaman dan motivasi masyarakat untuk menerapkan perilaku hidup sehat. Namun, keterbatasan sumber daya dan tantangan budaya lokal masih menjadi hambatan dalam implementasi program secara menyeluruh. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pihak terkait untuk meningkatkan koordinasi, inovasi dalam komunikasi, serta pemanfaatan media digital agar sosialisasi GERMAS dapat lebih efektif dan berdampak luas.

**Kata kunci**: GERMAS, Komunikasi pemasaran, Sosialisasi, Perilaku hidup sehat

***Abstract***
*The Healthy Living Community Movement (GERMAS) is a government initiative aimed at improving public health through the adoption of healthy behaviors. The success of GERMAS largely depends on the effectiveness of marketing communication strategies employed to disseminate information and shape community behavior. This study aims to analyze the marketing communication strategies used in the socialization of GERMAS in Banda Aceh and evaluate their effectiveness in enhancing public awareness and participation. A qualitative approach was employed, with data collected through interviews, observations, and document analysis related to the GERMAS program. The results indicate that the use of social media, direct counseling, and community-based creative campaigns effectively increases understanding and motivates the public to adopt healthy lifestyles. However, limited resources and local cultural challenges remain obstacles to comprehensive program implementation. The study provides recommendations for stakeholders to improve coordination, innovate communication methods, and leverage digital media to ensure more effective and widespread socialization of GERMAS.*

***Keywords****: GERMAS, Marketing communication, Socialization, Healthy lifestyle*

## PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan manusia dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Perilaku hidup sehat, seperti menjaga pola makan seimbang, melakukan aktivitas fisik secara rutin, memeriksakan kesehatan secara berkala, dan menjaga kebersihan lingkungan, memiliki peran strategis dalam mencegah penyakit serta meningkatkan produktivitas dan kualitas hidup masyarakat. Namun, kenyataannya, kesadaran masyarakat terhadap perilaku hidup sehat masih rendah, baik di tingkat nasional maupun di daerah, termasuk Banda Aceh. Rendahnya kesadaran ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain

keterbatasan akses informasi, rendahnya pemahaman mengenai pentingnya gaya hidup sehat, serta pengaruh budaya dan kebiasaan masyarakat setempat.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pemerintah Indonesia meluncurkan Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) sebagai upaya strategis nasional untuk mendorong masyarakat mengadopsi pola hidup sehat secara berkelanjutan. Program ini menekankan pentingnya tindakan preventif dalam menjaga kesehatan, termasuk deteksi dini penyakit, aktivitas fisik, konsumsi makanan bergizi, serta lingkungan bersih dan sehat. Keberhasilan GERMAS tidak hanya ditentukan oleh kebijakan dan ketersediaan fasilitas kesehatan, tetapi juga oleh efektivitas strategi komunikasi pemasaran dalam menyebarkan pesan, membangun kesadaran, dan memotivasi perubahan perilaku masyarakat.

Strategi komunikasi pemasaran dalam konteks kesehatan memiliki peran penting untuk memastikan pesan tersampaikan dengan jelas, tepat sasaran, dan mampu mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Hal ini mencakup pemilihan media komunikasi yang sesuai, penyusunan pesan yang persuasif, serta pemanfaatan berbagai saluran informasi, baik tradisional maupun digital. Di Banda Aceh, keberagaman karakteristik masyarakat, perbedaan tingkat pendidikan, serta preferensi terhadap media informasi menjadi tantangan tersendiri bagi implementasi sosialisasi GERMAS.

Selain itu, pandemi COVID-19 juga mengubah pola interaksi sosial dan meningkatkan kebutuhan masyarakat terhadap informasi kesehatan yang akurat. Hal ini menekankan urgensi penggunaan strategi komunikasi pemasaran yang inovatif dan adaptif agar program GERMAS dapat diterima dan diimplementasikan secara luas. Analisis terhadap strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan di Banda Aceh menjadi penting untuk mengetahui efektivitas program, mengidentifikasi hambatan, serta merumuskan rekomendasi agar sosialisasi GERMAS lebih optimal dan berdampak nyata terhadap perubahan perilaku hidup sehat masyarakat.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi komunikasi pemasaran dalam sosialisasi GERMAS di Banda Aceh dan memberikan masukan strategis bagi peningkatan kualitas komunikasi program kesehatan masyarakat di daerah. Oleh sebab itu, dalam rangka meningkatkan kuantitas dan kualitas Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh (UNMUHA) sebagai salah satu tuntutan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi.

## METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui pendekatan partisipatif dan edukatif, dengan fokus pada sosialisasi strategi komunikasi pemasaran untuk mendukung Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) di Banda Aceh. Kegiatan dirancang agar masyarakat secara aktif terlibat dalam setiap tahap sosialisasi, mulai dari pemberian informasi, diskusi interaktif, hingga praktik penerapan perilaku hidup sehat. Metode pelaksanaan mencakup pendekatan langsung (face-to-face), penyuluhan, dan media komunikasi digital, sehingga informasi dapat tersampaikan secara efektif kepada berbagai kelompok masyarakat.

Kegiatan diawali dengan pendampingan dan koordinasi bersama pihak Dinas Kesehatan Banda Aceh dan pengurus gampong setempat untuk menentukan lokasi, jadwal, serta target audiens yang akan mengikuti sosialisasi. Selanjutnya, dilakukan penyuluhan interaktif yang memadukan ceramah singkat, demonstrasi praktik hidup sehat, dan diskusi kelompok untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya pola hidup sehat. Selain itu, metode komunikasi pemasaran diterapkan melalui penyebaran poster, pamflet, video edukasi, dan kampanye di media sosial, guna menjangkau masyarakat yang lebih luas dan mendukung penguatan pesan yang disampaikan secara langsung.

Selama pelaksanaan, tim pengabdian memanfaatkan strategi komunikasi persuasif dan partisipatif, di mana masyarakat diberi kesempatan untuk bertanya, berbagi pengalaman, dan menyampaikan kendala yang mereka hadapi dalam menerapkan perilaku hidup sehat. Evaluasi dilakukan melalui observasi langsung, kuisioner singkat, dan diskusi reflektif untuk mengukur pemahaman, motivasi, serta kesiapan masyarakat dalam menerapkan GERMAS. Metode ini diharapkan tidak hanya meningkatkan pengetahuan masyarakat, tetapi juga mendorong perubahan perilaku yang berkelanjutan melalui pendekatan komunikasi yang relevan dengan kebutuhan lokal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan cukup efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) di Banda Aceh. Kegiatan sosialisasi dilakukan melalui penyuluhan interaktif, demonstrasi praktik hidup sehat, penyebaran poster dan pamflet, serta kampanye melalui media sosial. Hasil observasi dan diskusi dengan masyarakat menunjukkan adanya peningkatan kesadaran akan pentingnya perilaku hidup sehat, seperti mencuci tangan, melakukan aktivitas fisik secara rutin, dan menjaga pola makan seimbang.

Masyarakat merespons positif metode penyuluhan yang partisipatif, karena mereka dapat langsung bertanya, berdiskusi, dan berbagi pengalaman. Pendekatan ini juga mempermudah tim pengabdian untuk menyesuaikan materi dengan kondisi lokal, seperti kebiasaan makan masyarakat Banda Aceh dan tantangan lingkungan yang memengaruhi gaya hidup sehat. Hal ini sejalan dengan prinsip komunikasi pemasaran sosial, di mana pesan yang relevan dan mudah diterima masyarakat memiliki peluang lebih besar untuk memicu perubahan perilaku.

Penggunaan media digital, terutama media sosial, terbukti efektif menjangkau kelompok masyarakat yang lebih luas, khususnya generasi muda. Video edukasi dan konten interaktif yang dibagikan melalui platform digital membantu memperkuat pesan yang disampaikan secara langsung. Namun, tim pengabdian juga menemukan tantangan, seperti keterbatasan akses internet di beberapa wilayah, rendahnya tingkat literasi digital sebagian masyarakat, serta perbedaan tingkat pemahaman tentang pentingnya GERMAS.

Selain itu, evaluasi melalui kuisioner singkat dan observasi menunjukkan bahwa masyarakat cenderung lebih termotivasi untuk menerapkan perilaku sehat ketika mereka memahami manfaat langsung bagi diri mereka dan keluarga. Pendekatan komunikasi yang persuasif dan partisipatif terbukti mampu meningkatkan minat masyarakat dalam mengikuti program GERMAS, serta mendorong mereka untuk berperan aktif dalam kampanye hidup sehat di lingkungan masing-masing.

Dengan demikian, pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang terpadu—menggabungkan pendekatan langsung, media cetak, dan digital—dapat meningkatkan efektivitas sosialisasi GERMAS. Meski demikian, masih diperlukan upaya lanjutan untuk mengatasi kendala lokal, meningkatkan akses informasi, dan memastikan perilaku sehat dapat diterapkan secara berkelanjutan di masyarakat Banda Aceh.



**Gambar: Para Peserta sedang mengamati Presentasi**

## SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan pengabdian masyarakat, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan dalam sosialisasi Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) di Banda Aceh terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap perilaku hidup sehat. Pendekatan partisipatif melalui penyuluhan interaktif, demonstrasi praktik hidup sehat, dan diskusi kelompok mampu memotivasi masyarakat untuk menerapkan pola hidup sehat. Pemanfaatan media cetak dan digital, seperti poster, pamflet, video edukasi, dan media sosial, memperluas jangkauan sosialisasi, khususnya bagi generasi muda. Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala, antara lain keterbatasan akses internet, perbedaan tingkat literasi digital, dan variasi pemahaman masyarakat mengenai pentingnya GERMAS. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas sosialisasi masih dapat ditingkatkan dengan strategi komunikasi yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

## SARAN

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat, beberapa langkah dapat dilakukan untuk meningkatkan efektivitas sosialisasi Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) di Banda Aceh. Pertama, koordinasi dan dukungan dari pemerintah serta pihak terkait perlu ditingkatkan, baik dalam hal sarana, fasilitas, maupun tenaga pendamping, agar sosialisasi dapat berjalan lebih optimal. Kedua, pemanfaatan media digital, seperti media sosial, video edukasi, dan konten interaktif, perlu diperkuat untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas, khususnya generasi muda, sambil tetap memperhatikan keterbatasan akses internet di beberapa wilayah. Ketiga, metode sosialisasi sebaiknya bersifat partisipatif dan dilakukan secara rutin, sehingga masyarakat dapat aktif bertanya, berdiskusi, dan mempraktikkan perilaku hidup sehat. Keempat, materi sosialisasi perlu disesuaikan dengan karakteristik lokal, termasuk budaya, kebiasaan, dan kebutuhan masyarakat, agar pesan yang disampaikan lebih mudah diterima dan diimplementasikan. Terakhir, evaluasi dan monitoring secara berkala sangat penting dilakukan untuk mengukur pemahaman, motivasi, dan perubahan perilaku masyarakat, sehingga program GERMAS dapat terus diperbaiki, berkelanjutan, dan memberikan dampak yang lebih luas bagi kesehatan masyarakat Banda Aceh.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyelesaian kegiatan pengabdian masyarakat ini kami mengucapkan terima kasih kepada para pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan ini yaitu Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh, Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, ketua LPPM, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh dan Para Masyarakat Kelatan Malaysia. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Bapak dan Ibu peserta Gampong Gugop Pulo Aceh sebagai mitra dalam pengabdian masyarakat ini sehingga pengabdian ini dapat berjalan dengan lancar baik.

## DAFTAR PUSTAKA

Dinas Kesehatan Aceh. (2017). GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat). Retrieved from https://dinkes.acehprov.go.id/detailpost/germas-gerakan-masyarakat-hidup-sehat

Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh. (2024). Kampanye Germas di Gampong Ateuk Pahlawan: Dinkes Kota Banda Aceh Dorong Hidup Sehat. Retrieved from https://dinkes.bandaacehkota.go.id/2024/08/02/kampanye-germas-di-gampong-ateuk-pahlawan-dinkes-kota-banda-aceh-dorong-hidup-sehat/

Setiaji, B. (2025). Strengthening the Policy of the Healthy Living Community Movement (GERMAS) "Building a Healthy Living Culture for a Golden Indonesia". Eduvest – Journal of Universal Studies, 5(8), 10095. Retrieved from https://eduvest.greenvest.co.id/index.php/edv/article/view/51023

Winangsih, & Nisa, R. (2021). Germas sebagai Strategi Nasional: Evaluasi Implementasi di Kota Serang dan Desa Biih. Jurnal Kesehatan Terpadu, 7(1), 45084. Retrieved from https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jkt/article/download/45084/29495/162144

Masdiputri, D., & Nisa, R. (2021). Evaluasi Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) Tahun 2023 di Kabupaten Gunungkidul. Pemerintahan Daerah Gunungkidul. Retrieved from https://setda.gunungkidulkab.go.id/2024/03/25/evaluasi-gerakan-masyarakat-hidup-sehat-germas-tahun-2023/

Saimi, & Badaruddin, Q. H. (2024). Evaluation of the Healthy Living Community Movement (GERMAS) in Improving Public Health Quality. Prismasains, 10(2), 12753. Retrieved from https://e-journal3.undikma.ac.id/index.php/prismasains/article/download/12753/6417/49055

Siswati, T. (2023). The Impact of Behavior Change Communication on Healthy Living Movement (HLM) in Indonesia. Public Health Indonesia, 9(1), 654. Retrieved from https://stikbar.org/ycabpublisher/index.php/PHI/article/view/654

Ayomi, M. B. (2024). Implementation of Healthy Living Community Movement Programs Using Internet of Things (IoT) in Jayapura. Atlantis Press. Retrieved from https://www.atlantis-press.com/proceedings/hoicph-23/126000213