Social Empirical: Prosiding Berkala Ilmu Sosial
Volume 2 Number 1 2025, pp 361-366
ISSN: 3063-0703 (Online)
DOI: https://doi.org/10.24036/scemp.v2i1.158
Received: May 21, 2025; Revised: June 4, 2025; Accepted: June 5, 2025

Rancangan Kampanye Sehat Cuan: Cuci Tangan Sebelum dan Sesudah Berkegiatan

Muhammad Afghan Arrazy[1], Kristin Okvita[2], M. Dzaky Putra S[3], Nurul Husni[4], Intan Triva Alhamra[5], Mira Hasti Hasmira[6*]
[1,2,3,4,5,6]Universitas Negeri Padang
*Corresponding author, e-mail: mirahasti@fis.unp.ac.id

Abstrak
Masyarakat masih kurang kesadarannya untuk cuci tangan yang mengakibatkan meningkatnya kasus penyakit menular seperti diare terutama untuk balita di Kota Padang. Dinas kesehatan Kota Padang mencatat ada 27.273 kasus diare pada tahun 2023, dengan total 13.068 kasus menyerang balita. Kampanye CUAN merupakan upaya dari PT Semen Padang untuk kepentingan sosial dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan tangan untuk mencegah penyakit menular. Penelitian ini memiliki tujuan menganalisis efektivitas kampanye CUAN sebagai bentuk strategi edukasi kesehatan masyarakat. Landasan teori yang digunakan adalah konsep perilaku bersih dan sehat diiringi dengan pendekatan kampanye. Metode yang digunakan merupakan studi literatur dan analisis data sekunder dari Dinas Kesehatan Kota Padang.

Kata Kunci: Cuci tangan; CUAN; Edukasi.

Abstract
The community still lacks awareness about handwashing, which leads to an increase in contagious diseases such as diarrhea, especially among toddlers in Padang City. The Padang City Health Office recorded 27,273 cases of diarrhea in 2023, with a total of 13,068 cases affecting toddlers. The CUAN campaign is an initiative by PT Semen Padang for social purposes to raise public awareness about the importance of hand hygiene to prevent contagious diseases. This study aims to analyze the effectiveness of the CUAN campaign as a public health education strategy. The theoretical foundation used is the concept of clean and healthy behavior, along with a campaign approach. The method used is literature review and secondary data analysis from the Padang City Health Office.

Keywords: CUAN; Education; Wash your hands.

How to Cite: Arrazy, M. A. et al. (2025). Rancangan Kampanye Sehat Cuan: Cuci Tangan Sebelum dan Sesudah Berkegiatan. *Social Empirical: Prosiding Berkala Ilmu Sosial, Vol. 2 No. 1 Tahun 2025*. (pp. 361-366). Padang: Universitas Negeri Padang.

This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author.

Pendahuluan

Kebersihan merupakan salah satu aspek yang paling dasar namun sangat krusial dalam menjaga kesehatan dan mencegah penyebaran penyakit dalam tubuh setiap orang. Memelihara kesehatan tangan adalah hal yang sangat penting untuk menjaga kesehatan tubuh. Dalam aktivitas sehari–hari, tangan seringkali terkontaminasi dengan berbagai mikroba, sehingga tangan dapat berperan sebagai perantara masuknya mikroba tersebut kedalam tubuh seseorang (Saputri, 2020; Kemenkes 2017). *World Health Organization* (WHO) juga mengatakan bahwa tangan merupakan jalur utama yang memungkinkan masuknya kuman dan penyakit ke dalam tubuh, Salah satu cara yang paling mudah dan paling umum dilakukan untuk menjaga kebersihan tangan adalah melalui praktik mencuci tangan menggunakan sabun, mencuci tangan adalah proses untuk membuang kotoran dan debu secara mekanis dari kulit di kedua belah tangan dengan memakai sabun dan air (Saputri, 2020). Menurut Kementrian kesehatan, proses ini dapat mengurangi dan mencegah timbulnya penyakit seperti diare, pilek, hepatitis A, impetigo, keracunan makanan, infeksi bakteri *E. coli* dan infeksi saluran pernapasan. Di antara banyaknya penyakit yang disebabkan oleh masalah kebersihan tersebut, diare menjadi salah satu penyakit yang banyak diderita oleh sebagian masyarakat. Di kota padang sendiri, kasus diare akut menjadi salah satu masalah kesehatan yang mengancam tubuh masyarakat, khususnya balita, dengan jumlah kasus tertinggi selama minggu ke-43 s.d minggu ke-46 di tahun 2022 mencapai 482 kasus. Pada tahun berikutnya (2023) penemuan kasus diare ini melonjak mencapai 27.273 kasus dari jumlah penduduk kota Padang yang berjumlah 1.010.096 jiwa. Berdasarkan data tersebut, tercatat sebanyak 13,068 kasus diare pada balita dan hanya 1.576 kasus diare pada balita yang dilayani di berbagai puskesmas yang tersebar di wilayah kota padang. Angka ini menunjukkan bahwa diare menjadi penyakit yang banyak diderita dan tergolong penyakit serius di kalangan anak usia dini (Riskedas, 2018).

Penyakit ini tidak hanya menyerang orang dewasa, penderita balita juga mengalami kenaikan (1.576) dari tahun 2022 (1.199 kasus). Hal ini menunjukkan meskipun proses mencuci tangan dengan baik dan benar merupakan cara paling mudah dan paling umum, tetapi banyak resiko penyakit dan gangguan kesehatan yang dapat menyerang tubuh seseorang jika menganggap remeh hal ini.

Namun, kesadaran masyarakat akan pentingnya mencuci tangan masih rendah. Data Riskesdas (2018) menunjukkan bahwa proporsi benar dalam mencuci tangan pada usia lebih dari 10 tahun sebesar 49,8 % dari seluruh indonesia. Hal ini diperburuk oleh beberapa faktor, diantaranya kurangnya edukasi yang praktis tentang cara mencuci tangan dengan benar, anggapan bahwa mencuci tangan hanya penting ketika seseorang sakit dan pada saat pandemi, serta kurangnya fasilitas umum yang dapat digunakan untuk mencuci tangan. Pada saat masa pandemi COVID-19, kampanye mengenai gerakan mencuci tangan terbukti berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat. Terbukti dari banyaknya masyarakat yang mulai rutin untuk mencuci tangan karena sadar akan potensi menyebarnya penularan penyakit pada saat itu. Kampanye yang dilakukan secara luas dan besar-besaran melalui media sosial tersebut menjadikan pesan untuk mencuci tangan mudah dipahami dan diikuti.

Setelah pandemi COVID-19 berakhir, banyak perilaku masyarakat yang berubah dan kembali lupa akan pentingnya mencuci tangan sebelum dan sesudah berkegiatan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku untuk mencuci tangan belum sepenuhnya melekat dalam kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat khususnya para orang tua yang berada di Kota Padang untuk menanamkan kebiasaan mencuci tangan sebelum dan sesudah berkegiatan sebagai langkah yang sederhana, namun efektif sebagai langkah awal untuk melawan penyakit. Dalam rangka memperkuat komitmen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di bidang kesehatan masyarakat, PT Semen Padang menyadari urgensi tersebut, dengan menghadirkan kampanye "CUAN" (Cuci Tangan Sebelum dan Sesudah Berkegiatan) sebagai bentuk kontribusi yang nyata terhadap peningkatan hidup bersih dan sehat di kalangan masyarakat khususnya di lingkungan sekolah dan fasilitas umum. PT Semen Padang menyadari bahwa kampanye ini sejalan dengan nilai perusahaan dalam mendorong pembangunan berkelanjutan dan peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitarnya. Kampanye ini dirancang dengan pendekatan yang kreatif melalui media sosial agar dapat diterima di seluruh kalangan audiens. Kampanye ini bertujuan agar masyarakat terbiasa untuk mencuci tangan, tidak hanya pada saat sakit ataupun pandemi, tetapi menjadikan kebiasaan mencuci tangan ini sebagai bagian dari gaya hidup sehat setiap hari.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dan analisis data sekunder untuk mengetahui hubungan antara kebersihan tangan dan kejadian diare di Kota Padang. Data sekunder diperoleh dari Dinas Kesehatan Kota Padang dan sumber lainnya yang relevan (Dinas Kesehatan Kota Padang, 2024). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kasus diare pada balita di Kota Padang tahun 2022-2023. Dengan

menggunakan data sekunder, penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang situasi diare di Kota Padang dan faktor-faktor yang terkait dengan kejadian diare.

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui jumlah kasus diare pada balita di Kota Padang dan kecamatan mana yang memiliki jumlah kasus tertinggi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik untuk memperoleh hasil yang akurat. Selain itu, penelitian ini juga melakukan tinjauan literatur terkait kebersihan tangan dan kejadian diare dari berbagai sumber yang kredibel, seperti World Health Organization (WHO) dan Kementerian Kesehatan RI. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan informasi yang komprehensif tentang hubungan antara kebersihan tangan dan kejadian diare di Kota Padang. Referensi yang digunakan dalam penelitian ini antara lain dari WHO, Kementerian Kesehatan RI, dan penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik ini (Saputri, 2020). Dengan menggunakan metode analisis data sekunder dan tinjauan literatur, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pemahaman tentang pentingnya kebersihan tangan dalam mencegah kejadian diare.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Khalayak

Demografi

a. Usia : 12 tahun dan selanjutnya
b. Jenis kelamin : Laki laki dan
   Perempuan Pendidikan : SD - Kuliah
c. Pekerjaan : Semua jenis pekerjaan
d. Pendapatan : Seluruh status sosial ekonomi

Geografis

Kecamatan dengan kasus diare tertinggi: Lubuk Buaya, Pauh, dan Andalas (Data Dinas Kesehatan Kota Padang 2023) dan Lokasi dengan tingkat kepadatan penduduk dan sanitasi rendah

Psikografis

a. Peduli kesehatan keluarga dan anak
b. Religius dan terbuka terhadap pesan berbasis nilai moral

Behavioral

a. Sebagian besar belum membiasakan cuci tangan pakai sabun secara konsisten
b. Mencuci tangan hanya saat terlihat kotor atau saat sakit merebak

Analisis Kebutuhan

Permasalahan yang dihadapi

a. Kurangnya edukasi yang praktis tentang cara mencuci tangan dengan benar.
b. Kurangnya kampanye mengenai cuci tangan.
c. Anggapan remeh masyarakat terhadap kebiasaan mencuci tangan sebelum dan sesudah berkegiatan.
d. Kurangnya fasilitas umum yang dapat digunakan untuk mencuci tangan.

Dampak permasalahan

a. Tingginya resiko penyebaran penyakit.
b. Perilaku hidup bersih tidak menjadi kebiasaan masyarakat.
c. Rendahnya kesadaran akan hidup bersih dan sehat di kalangan masyarakat.
d. Kurangnya fasilitas mendorong ketidak pedulian terhadap hidup bersih dan sehat.

Kebutuhan yang muncul

a. Edukasi yang konsisten dan efektif
b. Kampanye yang menarik dan relevan
c. Upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat
d. Pemerataan dan pengadaan fasilitas umum yang memadai.

Solusi yang diperlukan

a. Pelaksanaan kampanye "CUAN" yang edukatif.
b. Penyediaan poster mengenai cara cuci tangan yang benar.
c. Kolaborasi dengan instansi, sekolah serta influencer dalam menyebarkan kampanye "CUAN".
d. Penyediaan fasilitas cuci tangan di tempat umum.

Tujuan

a. Meningkatkan Kesadaran Masyarakat melalui Media Digital.
b. Memanfaatkan platform digital (media sosial) untuk menyampaikan pesan kampanye secara luas dan cepat.
c. Menyediakan Edukasi Praktis dan Konsisten dalam Format Digital Menyebarkan video, infografis, animasi, dan konten interaktif tentang cara cuci tangan yang benar.
d. Mengubah Persepsi Melalui Influencer.
e. Melibatkan influencer, content creator, dan tokoh digital untuk menyampaikan pesan kampanye yang relatable.
f. Mengembangkan Kampanye Interaktif dan Partisipatif.
g. Mendorong partisipasi publik melalui challenge, kuis online, filter Instagram, atau lomba video edukatif.
h. Mendorong Pemerataan Akses Informasi Digital tentang Fasilitas Umum Menyediakan peta lokasi fasilitas cuci tangan publik melalui aplikasi atau website komunitas.
i. Menanamkan Budaya Cuci Tangan sebagai Gaya Hidup Modern dan Sehat Membingkai cuci tangan bukan hanya sebagai kebutuhan kesehatan, tapi bagian dari gaya hidup digital- aware dan peduli diri.

Konsep dan Strategi

Strategi Publisitas (strategy of publicity)

Strategi Publisitas (*strategy of publicity*) merupakan salah satu strategi komunikasi dengan melakukan publisitas kampanye melalui media massa dan media sosial. Dalam kampanye "CUAN" penyebaran pesan (*message*), di publisitaskan melalui platform Instagram.

Strategi Persuasi (strategy of persuasion)

Strategi Persuasi (*strategy of persuasion*) adalah membujuk atau menarik para audiens melalui teknik sugesti atau kalimat yang mengandung unsur persuasi untuk mengubah opini publik dengan menggunakan segi emosional. Dalam kampanye "CUAN" strategi ini diterapkan dengan menggunakan bahasa yang mudah untuk dipahami oleh seluruh audiens, serta menggunakan kalimat yang mengandung unsur ajakan. Informasi yang dibagikan sesuai dengan fakta dan data, dan dituangkan ke dalam poster dan video kampanye di media sosial instagram.

Strategi Argumentasi (strategy of argumentation)

Kampanye "CUAN" menggunakan strategi Argumentasi (*strategy of argumentation*) dengan cara melakukan pendekatan melalui argumentasi yang kuat dan meyakinkan audiens akan penting mencuci tangan sebelum dan sesudah berkegiatan. Argumentasi yang disampaikan didasari oleh fakta dan data mengenai kesehatan.

Strategi Citra (strategy of image)

Melalui kampanye ini, PT Semen Padang memperkuat citranya sebagai perusahaan yang peduli pada kualitas hidup masyarakat di sekitarnya, khususnya dalam hal mengedukasi untuk hidup bersih dan sehat. Kampanye ini mendukung nilai CSR perusahaan dan menunjukkan kontribusi aktif di luar bidang industri yang dilakoni PT Semen Padang.

Timeline

Jenis Kegiatan	Bulan Mei					Bulan Juni				
	1-7	7-14	14-21	21-28	28-31	1-7	7-14	14-21	21-28	28-30
Riset audiens dan penyusuna n strategi										
Pembuatan konten dan perencana an media										
Pelaksanaan kampanye di sosial media										
Kolaborasi dengan influencer										
Evaluasi dan laporan hasil kampanye										

Implementasi

Kampanye media sosial yang efektif tidak hanya bergantung pada ide yang baik, tetapi juga pada bagaimana ide itu dijalankan secara konsisten dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Akun Instagram @sehatwithcuan dibentuk dengan misi sederhana namun penting: mengedukasi masyarakat tentang pentingnya mencuci tangan. Dengan pendekatan visual yang ramah dan konten

yang mudah dicerna, kampanye ini menyasar keluarga muda dan anak-anak untuk lebih sadar akan kebersihan diri, khususnya tangan, sebagai langkah awal menjaga kesehatan.

Distribusi konten dilakukan secara konsisten melalui Instagram, karena platform ini terbukti efektif menjangkau masyarakat digital pada zaman sekarang. Kami menyisipkan pesan kampanye di dalam format yang bervariasi, mulai dari poster, informasi trivia, hingga video pendek, agar konten tetap segar dan tidak monoton. Karena salah satu kunci dalam implementasi adalah interaksi, Kami secara aktif membalas komentar dan pesan dari pengikut, oleh karena itu, melalui konten yang mengingatkan dengan cara menyenangkan, kami berupaya mengubah perilaku secara perlahan tapi konsisten.

Optimasi juga menjadi bagian penting dari kampanye ini. Setiap minggu, kami akan meninjau performa konten melalui Instagram Insight. Kami melihat jenis konten apa yang paling banyak disimpan, dibagikan, atau mendapat komentar. Misalnya, konten dengan visual mencuci tangan yang baik dan benar menggunakan sabun terbukti lebih efektif dibanding konten yang hanya memuat teks informatif. Data inilah yang menjadi dasar kami untuk terus memperbaiki strategi dan menciptakan konten yang lebih berdampak. Secara keseluruhan, implementasi kampanye ini bukan hanya soal menyampaikan informasi, tapi juga menciptakan kebiasaan baru. Dengan desain yang ramah, pesan yang lugas, dan konsistensi dalam distribusi serta evaluasi, akun @sehatwithcuan berkomitmen untuk menjadi bagian dari perubahan kecil yang berdampak besar, dimulai dari tangan yang bersih.

Evaluasi

Kampanye "CUAN" (Cuci Tangan Sebelum dan Sesudah Berkegiatan) merupakan gerakan sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan kebiasaan mencuci tangan di kalangan masyarakat. Untuk memastikan efektivitas program ini, evaluasi dilakukan secara bertahap berdasarkan jangka waktu: pendek, menengah, dan panjang. Berikut penjelasan tiap tahap evaluasi tersebut.

Evaluasi Jangka Pendek (0–3 Bulan): Mengukur Kesadaran Awal dan Keterlibatan Audiens

Pada tahap awal ini, fokus evaluasi tertuju pada pengukuran *awareness* dan *engagement* masyarakat terhadap kampanye. Beberapa indikator yang digunakan antara lain:

Jumlah konten yang diproduksi dan dipublikasikan di berbagai platform media sosial

a. Jumlah interaksi digital, seperti tayangan, likes, shares, dan komentar di akun media sosial resmi kampanye "CUAN".
b. Jumlah sekolah, instansi, dan influencer yang terlibat dalam penyebaran pesan kampanye.
c. Respons awal masyarakat, yang dikumpulkan melalui survei singkat atau polling online untuk menilai tingkat perhatian dan minat terhadap isu cuci tangan.
d. Jumlah fasilitas cuci tangan yang mulai disediakan atau diusulkan di ruang publik.

Evaluasi ini penting untuk melihat sejauh mana kampanye mampu menarik perhatian dan menggerakkan keterlibatan awal masyarakat.

Evaluasi Jangka Menengah (3–6 Bulan): Mengamati Perubahan Sikap dan Partisipasi Publik

Setelah kampanye berjalan selama beberapa bulan, evaluasi bergeser pada perubahan sikap serta partisipasi aktif masyarakat. Beberapa indikator utama pada tahap ini mencakup:

a. Peningkatan pengetahuan masyarakat, khususnya tentang cara mencuci tangan yang baik dan benar.
b. Jumlah partisipasi dalam aktivitas digital, seperti tantangan video edukatif, webinar, atau diskusi daring tentang kebersihan.
c. Kelanjutan kolaborasi yang dilakukan secara aktif oleh sekolah, instansi, influencer, dan komunitas lokal dalam mempromosikan kebiasaan mencuci tangan.
d. Ulasan dan testimoni masyarakat yang menyampaikan dampak positif dari kampanye terhadap kehidupan sehari-hari mereka.

Evaluasi jangka menengah memberikan gambaran awal tentang potensi perubahan perilaku serta keberlanjutan partisipasi publik.

Evaluasi Jangka Panjang (6 Bulan ke Atas): Mendorong Perubahan Perilaku dan Keberlanjutan

Evaluasi jangka panjang bertujuan untuk menilai dampak nyata dan berkelanjutan dari kampanye "CUAN". Indikator utama yang digunakan antara lain:

a. Penurunan angka penyakit yang disebabkan oleh kurangnya kebersihan tangan, seperti diare dan

infeksi saluran pernapasan.

b. Perubahan perilaku masyarakat, di mana mencuci tangan menjadi bagian dari kebiasaan hidup sehat sehari-hari.
c. Keberlanjutan fasilitas cuci tangan di tempat umum, dengan perawatan dan pemanfaatan yang rutin oleh warga.
d. Tingkat adopsi kampanye oleh wilayah lain, termasuk peliputan di media lokal dan nasional sebagai bentuk replikasi atau inspirasi.

Evaluasi jangka panjang ini menjadi penentu sejauh mana kampanye mampu meninggalkan dampak jangka panjang yang berarti bagi budaya hidup bersih dan sehat. Melalui pendekatan evaluasi bertahap ini, kampanye "CUAN" tidak hanya mengukur keberhasilan dari sisi popularitas, tetapi juga berfokus pada dampak nyata terhadap perubahan perilaku masyarakat dan keberlanjutan aksi hidup sehat di Indonesia.

Simpulan

Kampanye CUAN (Cuci Tangan Sebelum dan Sesudah Berkegiatan) merupakan sebuah bentuk nyata PT Semen Padang terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat melalui edukasi mencuci tangan yang baik dan benar. Dengan tujuan untuk menyadarkan masyarakat akan pentingnya hidup bersih dan sehat dimulai dari hal yang sederhana dan paling mendasar, yakni mencuci tangan. Melalui pendekatan visual yang menarik, konten media sosial yang komunikatif, serta strategi komunikasi yang telah dirancang, kampanye ini hadir bukan semata menjadi sebuah ajakan saja, tetapi sebagai langkah awal menanamkan kebiasaan perilaku hidup bersih dan sehat. CUAN berhasil mengemas edukasi yang biasanya hanya monoton menjadi sesuatu yang lebih menarik dan edukatif. Dengan melakukan kolaborasi aktif dengan sekolah, instansi, influencer, dan komunitas lokal, kampanye ini berperan penting dalam merubah mindset audiens mengenai cuci tangan yang dianggap tidak penting. Melalui kampanye CUAN, PT Semen Padang bukan hanya memperkuat citranya saja, melainkan turut berkontribusi dalam menciptakan dan mendukung kehidupan masyarakat yang lebih bersih dan sehat.

Rujukan

Dinas Kesehatan Kota Padang. (2024). Profil Kesehatan Kota Padang Tahun 2023. Padang: Dinas Kesehatan Kota Padang. Diakses dari https://dinkes.padang.go.id/uploads/audios/dinkes_66ceae73612a7.pdf

Kemenkes. (2017). 7 Masalah Kesehatan Akibat Malas Cuci Tangan https://ayosehat.kemkes.go.id/?p=8203

Riskesdas (2018). Perilaku cuci tangan. https://ayosehat.kemkes.go.id.

Saputri, N. (2020). Terapkan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat dengan Optimalkan Cuci Tangan dalam Upaya Pengendalian Infeksi. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS)*, 4 (1), 47.