

Analisis Proses Pemberian Pesan Komunikator Penyuluhan Kesehatan Di Kodam Jaya Periode 2023

Najwa Aliyah Putri¹, Muhammad Sufyan Abdurrahman²

¹Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom Indonesia, najwaaliya@student.telkomuniversity.ac.id

²Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom Indonesia, muhammadsufyan@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Penyuluhan kesehatan di lingkungan militer, khususnya di Kodam Jaya, memiliki peran penting dalam membentuk perilaku hidup sehat prajurit. Namun, efektivitas proses komunikasi dalam penyampaian pesan kesehatan masih menjadi tantangan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada bagaimana proses komunikasi komunikator dalam penyuluhan kesehatan dapat meningkatkan pemahaman dan perubahan perilaku prajurit di Kodam Jaya. Proses komunikasi yang dilakukan oleh komunikator penyuluhan kesehatan yang efektif akan berdampak pada peningkatan pemahaman dan implementasi perilaku hidup sehat di kalangan prajurit Kodam Jaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan berlandaskan pada teori komunikasi Lasswell yang mencakup lima elemen utama: siapa yang berbicara (who), apa yang disampaikan (says what), melalui saluran apa (in which channel), kepada siapa (to whom), dan dengan dampak apa (with what effect). Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan penyuluhan kesehatan sangat dipengaruhi oleh kredibilitas komunikator dan teknik penyampaian pesan. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana proses komunikasi yang diterapkan oleh komunikator Kesdam Jaya berperan dalam penerimaan pesan hidup sehat bagi prajurit Kodam Jaya.

Kata Kunci: Komunikasi, Komunikator, Kodam Jaya, Perilaku Hidup Sehat, Penyuluhan Kesehatan, Teori Lasswell.

I. PENDAHULUAN

Perilaku hidup sehat menjadi faktor utama dalam menciptakan individu yang produktif dan berkinerja optimal, terutama di lingkungan militer yang memiliki tuntutan fisik dan mental tinggi. Dalam konteks ini, proses komunikasi yang efektif sangat penting dalam membentuk pola pikir dan kebiasaan prajurit agar mengadopsi gaya hidup sehat. Kodam Jaya, sebagai salah satu komando kewilayahan terbesar di Indonesia, melalui Kesehatan Kodam Jaya (Kesdam Jaya), memiliki tanggung jawab dalam pembinaan kesehatan prajurit melalui berbagai program penyuluhan yang terstruktur dan berkelanjutan. Kesdam Jaya secara rutin melaksanakan program penyuluhan kesehatan sebanyak empat kali dalam setahun. Program ini bertujuan meningkatkan kesadaran prajurit terhadap pentingnya menjaga kesehatan fisik dan mental guna mendukung kesiapan dan ketahanan mereka dalam menjalankan tugas. Berbagai materi kesehatan disampaikan, termasuk pencegahan penyakit tidak menular (PTM), penerapan gaya hidup sehat, hingga pencegahan penyakit menular seperti Demam Berdarah Dengue (DBD).

Efektivitas program ini tercermin dari tren penurunan kasus DBD dalam lima tahun terakhir di jajaran Kodam Jaya, yang menunjukkan peningkatan kesadaran dan penerapan perilaku hidup sehat oleh prajurit. Hasil wawancara pra-riiset dengan Kepala Kesehatan Preventif Kesdam Jaya mengonfirmasi adanya perubahan signifikan dalam kebiasaan prajurit setelah mengikuti penyuluhan kesehatan. Beberapa perubahan positif yang diamati antara lain peningkatan frekuensi aktivitas fisik seperti senam pagi tiga kali seminggu, kebersihan lingkungan asrama yang lebih terjaga, pola makan bergizi yang diawasi oleh tim kesehatan, pemeriksaan kesehatan berkala setiap enam bulan, serta kebiasaan mencuci tangan yang diterapkan di seluruh fasilitas umum. Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa proses komunikasi yang diterapkan oleh Kesdam Jaya memiliki peran penting dalam membentuk perilaku sehat di kalangan prajurit. Dengan pendekatan komunikasi yang efektif dan berkelanjutan, program ini tidak hanya berdampak positif bagi individu prajurit tetapi juga bagi keluarga besar TNI AD secara keseluruhan. Oleh karena itu, penting untuk terus mengevaluasi dan mengembangkan proses komunikasi dalam penyuluhan kesehatan guna memastikan keberlanjutan perubahan perilaku yang lebih luas dan mendalam.

Dalam usaha untuk membangun kesehatan masyarakat terutama di lingkungan TNI dan Polri, salah satu proses yang penting dilakukan adalah dengan melaksanakan program penyuluhan kesehatan. Masing-masing institusi

kesehatan mempunyai rencana dan fokus yang berbeda dalam menyebarkan pesan dan edukasi kesehatan kepada target audiens mereka. Kesdam Jaya aktif menyelenggarakan program penyuluhan kesehatan dengan empat kali pelaksanaan pada tahun 2023, sementara Kesdam Bukit Barisan tidak melaksanakan penyuluhan, dan RS Bhayangkara Denpasar hanya mengadakan dua kali penyuluhan. Perbedaan frekuensi ini menunjukkan peran signifikan Kesdam Jaya dalam membangun kesehatan prajurit. Namun, keberhasilan program tidak hanya bergantung pada jumlah kegiatan dan target audiens, tetapi juga pada efektivitas proses komunikasi dalam menyampaikan pesan kesehatan.

Proses komunikasi berperan penting dalam membangun semangat kerja prajurit dan memastikan kelancaran aliran informasi dalam organisasi (Asri, 2022). Dalam konteks penyuluhan kesehatan Kesdam Jaya, proses komunikasi yang efektif diperlukan agar pesan dapat tersampaikan dengan jelas dan mudah dipahami oleh prajurit. Proses komunikasi harus dirancang dengan tujuan yang jelas, meliputi apa yang dilakukan, alasan di baliknya, pihak yang bertanggung jawab, biaya, durasi pelaksanaan, serta hasil yang diharapkan (Adawiyah & Arif, 2021). Dalam penyuluhan kesehatan, komunikator seperti tenaga medis atau instruktur harus mampu membangun kepercayaan audiens agar pesan lebih meyakinkan dan mendorong perubahan perilaku menuju gaya hidup sehat. Keberhasilan proses komunikasi bergantung pada penyampaian pesan sehingga dapat membentuk pola pikir serta kebiasaan sehat di kalangan prajurit Kodam Jaya. Melalui penjelasan diatas dapat dilihat bahwa proses komunikasi merupakan elemen penting dalam keefektifan pesan kesehatan dapat diterima dengan baik oleh prajurit

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Teori Komunikasi

Model komunikasi yang dikembangkan oleh Harold D. Lasswell merupakan salah satu teori komunikasi paling awal. Menurut Lasswell (Ngalimun, 2020), komunikasi dapat dijelaskan melalui lima unsur utama: komunikator (who), pesan (says what), media (in which channel), komunikan (to whom), dan efek (with what effect). Model ini menekankan komunikasi sebagai proses persuasif yang bertujuan mempengaruhi audiens. Paradigma Lasswell menegaskan bahwa komunikasi melibatkan lima aspek utama:

1. Komunikator: pihak yang menyampaikan pesan
2. Pesan: informasi yang disampaikan
3. Media: saluran komunikasi yang digunakan
4. Komunikan: penerima pesan
5. Efek: dampak yang ditimbulkan dari komunikasi

Dalam analisis strategi komunikasi kampanye kesehatan bagi prajurit Kodam Jaya, teori Lasswell membantu memahami bagaimana pesan kesehatan dirancang, disampaikan, dan diterima. Dengan memahami unsur-unsur komunikasi ini, strategi yang lebih efektif dapat dirancang untuk mendorong perubahan perilaku hidup sehat di kalangan prajurit.

B. Komunikator

Komunikator adalah individu ataupun kelompok yang menyampaikan pesan kepada orang lain (Harahap et al., 2021). Seorang komunikator memiliki peran yang penting sebagai pembuat pesan agar pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens (Herwandito, 2015). Seorang komunikator perlu memiliki ide, niat, informasi, serta tujuan dalam proses berkomunikasi (Harahap et al., 2021). Dikutip dari Effendy (2003), dalam proses komunikasi penting bagi komunikator untuk menyampaikan pesan dengan baik agar terdapat perubahan sikap dari audiens. Seorang komunikator dapat mempengaruhi perubahan sikap, pendapat, dan perilaku komunikasi melalui daya tarik, terutama jika pihak penerima pesan merasa bahwa komunikator memiliki kesamaan dengannya. Dengan demikian, penerima pesan merasa terhubung dan sejalan dengan komunikator. Dalam proses komunikasi, komunikator akan dikatakan berhasil dalam menyampaikan pesannya jika mampu menunjukkan *source credibility* (sumber kepercayaan).

C. Kampanye Kesehatan

Kampanye kesehatan atau promosi kesehatan adalah upaya untuk meningkatkan dan mencegah penyakit dalam populasi (Solihin & Abdullah, 2023). Tujuan utama dari kampanye kesehatan adalah untuk menciptakan kondisi

lingkungan dan masyarakat yang mendukung kesehatan dan untuk membantu individu dalam mendapat kesehatan yang optimal (Nutbeam, 1998). Dikutip dari buku Komunikasi Kesehatan Era Digital Teori dan Praktik (Solihin & Abdullah, 2023), kampanye kesehatan melibatkan kerjasama antara individu, masyarakat, dan sektor kesehatan dengan tujuan untuk mencapai keseimbangan antara kesehatan fisik, mental dan sosial. Promosi kesehatan juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup, meningkatkan harapan umur hidup, dan mengurangi biaya perawatan kesehatan yang menyangkut dengan penyakit. Hal ini didukung juga oleh World Health Organization (WHO) yang mengatakan bahwa, edukasi atau pendidikan kesehatan adalah alat untuk mempromosikan kesehatan yang penting untuk meningkatkan populasi kesehatan.

D. Perilaku Hidup Sehat

Menurut World Health Organization (WHO), perilaku hidup sehat adalah upaya untuk mengurangi risiko penyakit. Dalam penyuluhan kesehatan, tujuan utama adalah mendorong perubahan perilaku individu menuju pola hidup yang lebih sehat (Muljono, 2007). Perubahan ini dipengaruhi oleh lima faktor utama: (1) pengetahuan tentang manfaat perilaku sehat, (2) sikap positif terhadap perilaku sehat, (3) norma sosial yang mendukung, (4) lingkungan yang kondusif, dan (5) dukungan dari keluarga, teman, serta komunitas. Kombinasi faktor-faktor ini berperan dalam membantu individu mengadopsi dan mempertahankan gaya hidup sehat.

E. Komunikasi Kesehatan

Komunikasi kesehatan adalah komunikasi yang isi pesannya berkaitan dengan kesehatan, promosi kesehatan, dan iklan kesehatan (Mulyana et al., 2018). Komunikasi kesehatan mengacu pada penyampaian pesan-pesan penting yang merubah perilaku kesehatan, seperti pencegahan penyakit, informasi mengenai pengobatan, dan edukasi kesehatan. Endrawati (2015) mengartikan komunikasi kesehatan adalah sebuah proses penyajian informasi atau pesan kesehatan untuk memotivasi perubahan perilaku individu maupun kelompok yang berfungsi untuk meningkatkan derajat kesehatan. Diperkuat juga oleh (Neuhauser & Krepsb, 2010) sumber yang paling penting dalam mempromosikan kesehatan adalah informasi kesehatan yang selaras, yang bisa mengarahkan keputusan kesehatan suatu individu dan dapat memotivasi mereka untuk mengadopsi gaya hidup sehat. Dalam komunikasi kesehatan, menyampaikan pesan yang relevan merupakan hal penting untuk kesuksesan program kesehatan, karena hal ini bergantung pada sejauh mana tingkat audiens memahami informasi yang diberikan. Dengan audiens yang berhasil memahami informasi, akan menghasilkan suatu perubahan perilaku yang lebih baik dalam lingkup kesehatan (Haro et al., 2022).

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif** dengan metode **deskriptif**. Pendekatan ini menekankan analisis deskriptif melalui pengumpulan, penafsiran, dan pelaporan data dalam bentuk kata, gambar, atau dokumen, bukan angka (Moleong, 2002). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln (2009) dalam Kusumastuti & Khoiron (2019). Subjek dalam penelitian ini adalah komunikator pada kampanye Kesdam Jaya. Objek dalam penelitian ini adalah proses komunikasi komunikator dalam penyampaian pesan dapat diterima dengan baik oleh prajurit Kodam Jaya, melalui program penyuluhan kesehatan yang diselenggarakan oleh Kodam Jaya. Peneliti memanfaatkan beberapa teknik pengumpulan data primer dan sekunder yaitu dengan studi pustaka, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Setelah peneliti memperoleh seluruh data, peneliti akan menganalisis data yang dibagi menjadi tiga yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini dilakukan keabsahan data atau pengecekan data dengan teknik triangulasi dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun penelitian ini melakukan pemeriksaan data dengan triangulasi sumber yaitu melakukan pemeriksaan data yang diperoleh dari berbagai informan yaitu Informan Kunci, Ahli, dan Pendukung. Data yang diterima dari seluruh informan akan dianalisis dan dideskripsikan untuk menghasilkan data yang valid dan relevan untuk mengetahui proses komunikasi komunikator dalam penyampaian pesan dapat diterima dengan baik oleh prajurit Kodam Jaya.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses komunikasi yang diterapkan oleh komunikator Kesdam Jaya dalam kampanye kesehatan berperan penting dalam penyampaian pesan agar dapat diterima dengan baik oleh prajurit Kodam Jaya. Proses ini dapat dianalisis menggunakan model komunikasi Lasswell, yang menjelaskan bagaimana efektivitas komunikasi dipengaruhi oleh lima elemen utama: komunikator, isi pesan, saluran komunikasi, audiens, dan efek pesan.

A. Komunikator (Who) Komunikator dalam kampanye kesehatan ini adalah tenaga medis dari Kesdam Jaya, seperti dokter dan personel kesehatan lainnya. Kredibilitas komunikator menjadi faktor utama dalam meningkatkan penerimaan pesan oleh prajurit. Penelitian menunjukkan bahwa latar belakang profesional, pengalaman, serta kompetensi komunikator dalam bidang kesehatan berkontribusi terhadap keberhasilan penyampaian pesan. Selain itu, pendekatan komunikator yang simpatik dan komunikatif juga berperan dalam membangun kepercayaan dan keterlibatan audiens.

B. Isi Pesan (Says What) Materi yang disampaikan dalam kampanye kesehatan berfokus pada edukasi mengenai pola hidup sehat, pencegahan penyakit, serta pentingnya menjaga kebugaran fisik. Pesan yang disampaikan berbasis bukti ilmiah dan dirancang agar sesuai dengan karakteristik serta kebutuhan prajurit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan bahasa yang sederhana dan contoh konkret dalam penyampaian materi berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman audiens. Selain itu, penyampaian pesan dilakukan secara persuasif dengan menampilkan data dan fakta yang relevan untuk meningkatkan kesadaran dan motivasi prajurit dalam menerapkan pola hidup sehat.

C. Saluran Penyampaian (In Which Channel) Saluran komunikasi yang digunakan dalam kampanye kesehatan dengan komunikasi tatap muka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi tatap muka merupakan metode yang paling efektif karena memungkinkan interaksi langsung antara komunikator dan audiens. Selain itu, pendekatan ini memberikan kesempatan bagi prajurit untuk bertanya dan mendapatkan klarifikasi secara langsung. Penggunaan media cetak seperti brosur dan poster juga membantu dalam memperkuat pesan yang telah disampaikan dalam sesi tatap muka.

D. Audiens (To Whom) Sasaran utama kampanye kesehatan ini adalah prajurit Kodam Jaya, namun juga mencakup keluarga prajurit dan tenaga pendukung. Penelitian ini menemukan bahwa keterlibatan keluarga dalam kampanye kesehatan dapat meningkatkan efektivitas program karena mendukung keberlanjutan penerapan pola hidup sehat di lingkungan rumah. Selain itu, pemahaman audiens mengenai pentingnya kesehatan berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran kolektif serta menciptakan budaya hidup sehat di lingkungan Kodam Jaya.

E. Efek Pesan (With What Effect) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye kesehatan yang dilakukan oleh Kesdam Jaya berdampak positif terhadap peningkatan kesadaran dan perubahan perilaku prajurit dalam menerapkan pola hidup sehat. Indikator keberhasilan kampanye ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah prajurit yang mengikuti pemeriksaan kesehatan rutin, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, serta mengadopsi pola makan sehat. Selain itu, kampanye ini juga berhasil membangun kesadaran akan pentingnya kesehatan jangka panjang, yang berkontribusi terhadap peningkatan kesiapan tempur dan produktivitas prajurit.

V. KESIMPULAN

Penelitian “Analisis Proses Pemberian Pesan Komunikator Penyuluhan Kesehatan di Kodam Jaya Periode 2023” menunjukkan bahwa komunikator Kesdam Jaya menerapkan komunikasi efektif dalam kampanye kesehatan, berlandaskan teori komunikasi Lasswell. Hasil penelitian membuktikan bahwa penyampaian pesan yang terstruktur dan tepat sasaran berkontribusi pada perubahan perilaku hidup sehat prajurit, serta memengaruhi lingkungan sosial mereka. Keberhasilan kampanye ini didukung oleh keterlibatan aktif audiens, pendekatan interpersonal, dan kredibilitas komunikator, yang bersama-sama mendorong perubahan perilaku berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, peneliti dapat memberikan saran yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan efektivitas proses komunikasi dalam kampanye kesehatan, baik dalam konteks akademis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Saran Akademis

Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan mengeksplorasi analisis menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur proses komunikasi komunikator dalam pemahaman dan penerapan perilaku hidup sehat sebelum dan setelah penyuluhan kesehatan

penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan membandingkan studi kasus instansi lain, sehingga dapat menunjukkan perspektif yang lebih luas mengenai proses komunikasi komunikator.

2. Saran Praktis

Selain penyuluhan tatap muka, Kesdam Jaya dapat memanfaatkan media sosialnya untuk memperluas jangkauan kampanye kesehatan.

Menerapkan proses komunikasi yang mengedepankan aspek motivasi dengan memberikan testimoni atau role model dari sesama prajurit yang telah menerapkan perilaku hidup sehat untuk meningkatkan efektivitas kampanye.

REFERENSI

- Adawiyah, D. P. R., & Arif, M. C. (2021). Proses komunikasi pemerintah Kabupaten Sampang dalam merukunkan penganut Sunni-Syiah. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 131–144. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v15i2.11>
- Ali, M., Rosadi, I., & Manafe, L. A. (2022). Persuasive communication strategy implementation in attracting consumer interest. *Management, Business and Social Science (IJEMBIS) Peer Reviewed-International Journal*, 2(2), 223–232. <https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis/article/view/62>
- Al-Dmour, H., Masa'deh, R., Salman, A., Abuhashesh, M., & Al-Dmour, R. (2020). Influence of social media platforms on public health protection against the COVID-19 pandemic via the mediating effects of public health awareness and behavioral changes: Integrated model. *J Med Internet Res*, 22(8). <https://doi.org/10.2196/19996>
- American Public Health Association. (2024). *Public Health*.
- Asri, I. (2022). Proses komunikasi organisasi dalam membangun semangat kerja pegawai Pusdiklat Tenaga Administrasi Kementerian Agama RI. *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*, XXVII(3), 267–285.
- Astuti, R., & Fatmawati. (2021). Proses komunikasi komunitas Peduli Jilbab dalam sosialisasi pemakaian jilbab syari di kalangan Muslimah. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(1), 1–16.
- Ban, V. D., & Hawkins. (1996). *Penyuluhan pertanian*.
- Broom, G. M., & Sha, B.-L. (2013). *Cutlip and Center's Effective Public Relations* (11th ed.).
- Cialdini, R. B. (2009). *The Psychology of Persuasion*.
- Effendy, O. (2003). *Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi* (3rd ed.). PT Citra Aditya Bakti.
- Endrawati, E. (2015). *Komunikasi kesehatan dalam masyarakat digital*.
- Erdogan, B. Z. (1999). Celebrity endorsement: A literature review. *Journal of Marketing Management*, 15(4), 291–314. <https://doi.org/10.1362/026725799784870379>
- Harahap, S. W., Br. Ginting, R. R., Rasyidin, M., & Sahputra, D. (2021). Komunikator dan komunikan dalam pengembangan organisasi. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 3(1), 106–114. <https://doi.org/10.31289/tabularasa.v3i1.629>
- Haro, M., Fahmi, A., Reffita, L., Ningsih, N., Sholihat, N., Alwi, N., Wahyuningsih, Adib, M., Rosdiana, Iskandar, A., Permatasari, R., & Romainur. (2022). *Buku komunikasi kesehatan*. CV Media Sains Indonesia.
- Hidayat, E., Susilo, D., & Anggoro, T. (2023). Strategi komunikasi tentara dalam upaya membantu pengamanan Pilkades serentak di Kabupaten Ciamis. *Jurnal Komunikasi Publik*, 7(2). <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>
- Kusuma, E. G., & Nugroho, A. Y. A. (2021). Analisis pengaruh source credibility dan endorser nationality terhadap minat beli produk Maybelline. *Jurnal Transaksi*, 13(2).
- Liliweri. (2002). *Makna budaya dalam komunikasi antarbudaya*.
- McQuail, D. (2011). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2002). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Muljono, P. (2007). *Kajian analitik*. Jurnal Penyuluhan.
- Mulyana, D. (2009). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*.
- Mulyana, D., & Ganiem, L. (2021). *Komunikasi kesehatan: Pendekatan antarbudaya* (D. Feirus, Ed.). Kencana.
- Neuhauser, L., & Krepsb, G. L. (2010). eHealth communication and behavior change: Promise and performance. *Social Semiotics*, 20(1), 9–27. <https://doi.org/10.1080/10350330903438386>
- O'Keefe, D. (2016). *Persuasion: Theory and Research*.
- Pakpahan, M., Siregar, D., Susilawaty, A., Tasnim, M., Ramdany, R., Manurung, E., Sianturi, E., Sitanggang, M., & Maisyarah. (2021). *Promosi kesehatan dan perilaku kesehatan* (R. Watrionthos, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion*.
- Solihin, O., & Abdullah, A. (2023). *Komunikasi kesehatan era digital: Teori dan praktik*. Kencana.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- World Health Organization (WHO). (2010, April 6). *A healthy lifestyle - WHO recommendations*.