



Yth. Direktur Rumah Sakit Mata Undaan

Di tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan diselenggarakannya kegiatan “*Love Sight : Future without Glaucoma*” oleh *Side by Sight* yang merupakan *health campaign* yang diselenggarakan dari tanggal 10 Oktober sampai dengan 23 Oktober 2021. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Rumah Sakit Mata Undaan untuk hadir dan menjadi **narasumber** dalam kegiatan “*Love Sight : Future without Glaucoma*” yang akan diselenggarakan pada

Hari, tanggal : Jumat, 22 Oktober 2021
Waktu : 19.30 – 20.10
Media : *Zoom meeting (Secara Online)*
Acara : “*Love Sight : Future without Glaucoma*”

Demikian surat pemberitahuan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerja samanya, kami ucapkan terima kasih.



SIDE BY SIGHT

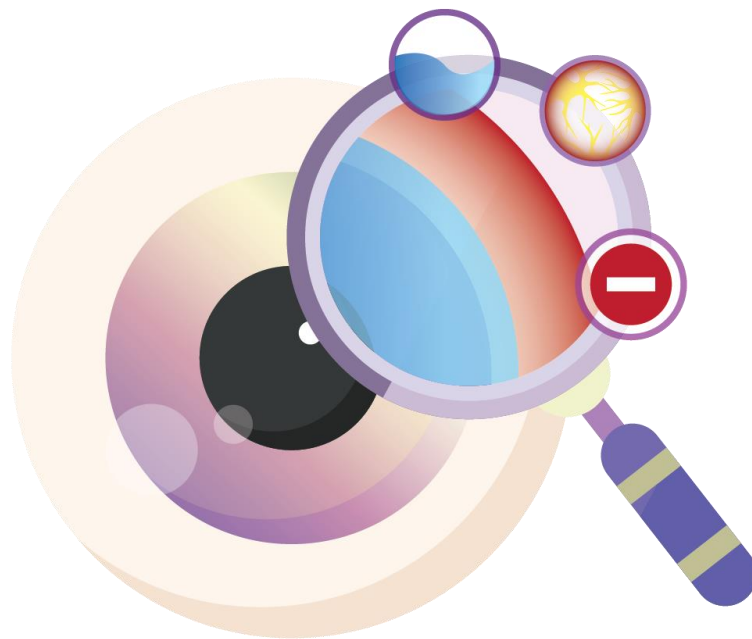
Ketua Panitia

Angelina Mulyadi
2020.04.1.0060

PROPOSAL KEGIATAN

Side by Sight

Surabaya, 10 Oktober - 23 Oktober 2021



SIDE BY SIGHT

ANGELINA MULYADI

ASIAN MEDICAL STUDENTS' ASSOCIATION

FAKULTAS KEDOKTERAN UNIVERSITAS HANG TUAH

SURABAYA

2021

Kata Pengantar

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan kasih-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan proposal kegiatan *Health Campaign Awareness* yang mengangkat tema “*Side by Sight*”. Kegiatan *Health Campaign Awareness* ini diadakan dengan maksud yaitu untuk meningkatkan *awareness* masyarakat mengenai Glaukoma

Dalam proses penyusunan kegiatan ini, tentunya terdapat kendala dan hambatan yang dialami, namun dapat diatasi berkat bantuan serta dukungan dari banyak pihak. Ucapan terima kasih khususnya ditujukan kepada *Representative* AMSA-UHT 2021-2022, Christopher Randinata Susanto. Tanpa bimbingan beliau, proposal ini tidak akan tersusun dengan baik. Selain itu, ucapan terima kasih juga ditujukan kepada *Executive Board* AMSA-UHT 2021/2022, *Advisory Board* AMSA-UHT 2021/2022, tim sukses AMSA-UHT, serta teman-teman yang ikut berpartisipasi dalam penyusunan *Health Campaign* ini. Dengan demikian, saya berharap bahwa kegiatan ini dapat bermanfaat bagi masyarakat luas.

Maka dari itu, dengan berakhirnya penyusunan proposal ini, diharapkan dapat diterima dengan baik. Adapun segala kritik, saran, dan usulan akan saya terima agar dapat saya perbaiki kedepannya. Semoga *Health Campaign* ini dapat memberikan dampak yang baik bagi masyarakat luas.

Surabaya, 19 September 2021

Angelina Mulyadi

DAFTAR ISI

PROPOSAL KEGIATAN	1
KATA PENGANTAR	2
DAFTAR ISI	3
BAB I	4
PENDAHULUAN	4
1.1 LATAR BELAKANG	4
1.2 TUJUAN	5
BAB II	7
HEALTH CAMPAIGN	7
2.1 NAMA <i>HEALTH CAMPAIGN</i>	7
2.2 TEMA <i>HEALTH CAMPAIGN</i>	7
2.3 TARGET <i>HEALTH CAMPAIGN</i>	7
2.4 PENYELENGGARA <i>HEALTH CAMPAIGN</i>	7
2.5 RENCANA DAN BENTUK <i>HEALTH CAMPAIGN</i>	7
2.6 TIMELINE <i>HEALTH CAMPAIGN</i>	8
2.7 CONTACT PERSON.....	10
BAB 3	11
PENUTUP	11

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

“*Can be help by treatment, but can’t be cured*”. *Glaucoma* adalah gangguan pada mata dimana tekanan cairan dalam bola mata meningkat sehingga terjadi kerusakan saraf optik yang bertugas membawa sinyal penglihatan dari mata ke otak. Penyakit tersebut juga merupakan penyebab paling umum dari kebutaan yang bersifat *irreversible* dan menduduki peringkat kedua terbanyak setelah katarak. Menurut *World Health Organization* (WHO), diperkirakan jumlah kasus kebutaan akibat *glaucoma* adalah 4,5 juta atau sekitar 12% dari seluruh penyebab kebutaan. Berdasarkan studi prevalensi global, diperkirakan 79,6 juta orang akan menderita *glaucoma* pada tahun 2020 dan kemungkinan akan meningkat menjadi 111,8 juta orang pada tahun 2040. *Glaucoma* khususnya *Primary Angle Closure Glaucoma* (PACG) merupakan jenis *glaucoma* yang asimtomatik sampai timbul penurunan penglihatan. Lima kejadian PACG di seluruh dunia pada tahun 2010 adalah 15,7 juta orang dan diperkirakan akan terus meningkat menjadi 21 juta orang pada tahun 2020. Diketahui 86,5% dari penderita PACG berada di Asia, dengan 48% di China, 23% di India, dan 14,1% di Asia Tenggara. Berdasarkan data dari Kemenkes RI (2015), prevalensi *glaucoma* secara keseluruhan di Indonesia adalah 2,53% dengan prevalensi tertinggi berada pada Provinsi DKI Jakarta.

Di beberapa negara berkembang, 90% *glaucoma* tidak terdeteksi. Dalam banyak kasus, *glaucoma* bersifat asimtomatik atau hampir sama dengan penyakit mata lainnya seperti seperti mata merah, lebih sensitif terhadap cahaya, dan mata perih. Dalam acara JEC *Eye Talks*, dr. Iwan Soebijantor SpM(K), dokter subspesialis *glaucoma* di Jakarta *Eye Care* (JEC) menyebutkan bahwa *glaucoma* sebagai “Si Pencuri Penglihatan”. *Glaucoma* tidak akan bisa sembuh jika penanganan terlambat. Apabila telah terdiagnosis secara dini, maka dapat dilakukan terapi seumur hidup yaitu menurunkan tekanan mata untuk mempertahankan penglihatan yang dimiliki. Penyakit ini sebagian besar mempengaruhi orang dewasa di atas 40 tahun tetapi remaja, anak-anak, dan bahkan bayi juga dapat terkena *glaucoma*. Walaupun *glaucoma* lebih sering menyerang individu lanjut usia, bukan berarti kita sebagai remaja harus menunda pengetahuan serta pencegahannya.

Penulis lagu “*The Prayer*”, Andrea Bocelli merupakan seorang penyanyi tenar dan multi-instrumentalis opera Italia yang menderita *glaucoma* bawaan pada usia 5 bulan dan menjadi buta total pada usia 12 tahun setelah kecelakaan sepak bola. Walaupun beliau tidak bisa melihat, tetapi beliau masih mempunyai visi, mimpi, dan semangat untuk sukses.

Sehubungan dengan permasalahan dari *blindness* dan *visual impairment*, maka saya, Angelina Mulyadi, sebagai *Top 12 Finalist Ambassador of Public Health AMSA-Indonesia 2021/2022* akan melakukan serangkaian acara untuk memberikan edukasi kepada masyarakat melalui beberapa *platform*, yaitu:

1. Menggunakan *platform* Instagram *post* sebagai media edukasi, salah satunya dalam bentuk komik yang mencakup definisi, penyebab, cara pencegahan, dan sebagainya.
2. Menggunakan *platform* Instagram *story* untuk mempromosikan *campaign* serta menggunakan *filter* dengan gaya yang khas.
3. Menggunakan *platform* Instagram *reels* untuk memaparkan topik berupa lagu mengenai *glaucoma* melalui kegiatan “*Voice Up*”.
4. Menggunakan *platform* Instagram *live* bersama dokter spesialis mata dengan subspesialis *glaucoma* untuk membahas pertanyaan berdasarkan *question box* mengenai *primary glaucoma* dan Yayasan Mitra Netra untuk membahas informasi yang terkait dengan pemberdayaan dan edukasi tunanetra
5. Menggunakan *platform* Instagram *questionnaire* untuk menyampaikan perihal *myth and facts* mengenai kesehatan mata yang akan dijawab dengan cara WIRED.
6. Menggunakan *platform* Youtube untuk mengunggah *After Movie Health Campaign*.
7. Penyuluhan ke stasiun radio untuk menyebarkan informasi mengenai *campaign*.
8. Menggunakan *platform* ZOOM untuk acara puncak “*Celestial Night*”. Acara berupa *talkshow* dengan PERDAMI sebagai sesi edukasi, dan *magic show*, serta *music performance* dari Tunanetra sebagai sesi hiburan.

Terdapat beberapa organisasi yang akan saya ajak untuk kolaborasi. Pertama adalah Perhimpunan Dokter Spesialis Mata Indonesia (PERDAMI). Bersama pihak PERDAMI, akan dilakukan talkshow di “*celestial night*” membahas pokok-pokok pembahasan *glaucoma* dan cara pencegahan serta kasus-kasus penglihatan yang langka di Indonesia dengan tema “*Love Sight : Future without Glaucoma*”. Kedua, Mitra Netra yang merupakan komunitas tuna netra Indonesia. Saya berharap bisa mendapatkan wawasan mengenai pemberdayaan, edukasi dan kisah hidup dari para pendampingnya. Dari kolaborasi tersebut, diharapkan masyarakat Indonesia bisa mendapatkan pengetahuan dan juga memperbaiki kebiasaan buruk agar dapat menjaga mata sejak dini dari *glaucoma*.

1.2 Tujuan

1. Meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai *blindness and visual impairment*.

2. Meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap *blindness* dan *visual impairment*.
3. Mengurangi stigma negatif yang ada pada masyarakat terhadap *blindness*, *visual impairment*, dan para penyandanganya.
4. Menginspirasi masyarakat untuk membuka pintu kesempatan bagi diri mereka untuk melangkah lebih jauh dalam menggapai mimpi.

BAB II

HEALTH CAMPAIGN

2.1 Nama Health Campaign

Side by Sight.

2.2 Tema Health Campaign

Blindness and Visual Impairment.

2.3 Target Health Campaign

Masyarakat umum.

2.4 Penyelenggara Health Campaign

Angelina Mulyadi sebagai *Top 12 Finalist Ambassador of Public Health AMSA-Indonesia 2021/2022.*

2.5 Rencana dan Bentuk Health Campaign

Health Campaign akan dilaksanakan secara *online*, yaitu:

1. Menggunakan *platform* Zoom untuk acara puncak “*Celestial Night*”. Acara berupa *talkshow* dengan PERDAMI sebagai sesi edukasi, dan *magic show*, serta *music performance* dari Tunanetra sebagai sesi hiburan.
2. Menggunakan *platform* Instagram *post* sebagai media edukasi, salah satunya dalam bentuk komik yang mencangkup definisi, penyebab, cara pencegahan, dan sebagainya.
3. Menggunakan *platform* Instagram *story* untuk mempromosikan *campaign* serta menggunakan *filter* dengan gaya yang khas.
4. Menggunakan *platform* Instagram *reels* untuk memaparkan topik berupa *music video* mengenai glaukoma melalui kegiatan “*Voice Up*”.
5. Menggunakan *platform* Instagram *live* bersama dokter spesialis mata dengan subspesialis *glaucoma* untuk membahas pertanyaan berdasarkan *question box* mengenai *primary glaucoma* dan Yayasan Mitra Netra untuk membahas informasi yang terkait dengan pemberdayaan dan edukasi tunanetra.
6. Menggunakan *platform* Instagram *questionnaire* untuk menyampaikan perihal *myth and facts* mengenai kesehatan mata yang akan dijawab dengan cara WIRED.
7. Menggunakan *platform* Youtube untuk mengunggah *After Movie Health Campaign*.

8. Penyuluhan ke stasiun radio untuk menyebarkan informasi mengenai *campaign*.

2.6 Timeline Health Campaign

Hari, Tanggal	Acara
Minggu, 10 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Posting video teaser campaign</i> di Instagram <i>reels</i> dan Instagram. - <i>Posting “First call : Angel”</i> mengenai <i>video</i> perkenalan, <i>about campaign, tagline, logo</i> di Instagram.
Senin, 11 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Posting 3 komik</i> pemaparan (<i>what, symptoms, risk factors</i>) di Instagram.
Selasa, 12 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Posting 3 komik</i> pemaparan (<i>prevention, treatment, fun fact</i>) di Instagram.
Rabu, 13 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Posting “Cloudy Issue : Title” questionnaire</i> dari <i>viewers</i> tentang kesehatan mata di Instagram. - <i>Posting 3 “Hall of fame: Andrea Bocelli, Kirby Puckett, Whoopy Goldenberg”</i> video mengenai kisah mereka sebagai pengidap penyakit glaukoma di Instagram.
Kamis, 14 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Promosi poster “<i>Celestial Night</i>” di Instagram. - <i>Posting filter “World Sight Day”</i> di Instagram.
Jumat, 15 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Penyuluhan ke Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Hang Tuah angkatan 2021 melalui Zoom. - <i>Posting Braille +101: Huruf dan Challenge</i> di Instagram. - <i>Posting Braille game filter</i> di Instagram.
Sabtu, 16 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Posting Braille +101 : kata dan Challenge</i> di Instagram. - Posting Yayasan Mitra Netra dan Yayasan Pendidikan Anak Buta

Minggu, 17 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Posting</i> Braille +101 : kalimat dan <i>Challenge</i> di Instagram. - Penyuluhan bersama Ibu PKK
Senin, 18 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Posting</i> 2 “<i>Voice Up</i>” di Instagram. - <i>Post</i> 1 <i>giveaway voucher</i> kolaborasi Pelita Optik di Instagram. - Yayasan Mitra Netra mengenai “Pengembangan Kepribadian dan Potensi Tunanetra dengan judul “<i>Eye Smile You Smile</i>”
Selasa, 19 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Posting</i> 2 “<i>Voice Up</i>” di <i>Instagram</i>. - <i>Posting filter</i> “<i>What are you grateful for? What is the most beautiful you can see?</i>” di Instagram. - Yayasan Pendidikan Anak Buta mengenai cerita dari pengidap glaukoma dengan judul “<i>Eye Smile You Smile</i>”
Rabu, 20 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Live Instagram</i> “<i>Cloudy Issue: caption</i>” dengan dr. Yenny, Sp.K membahas “<i>Myth and Facts about Glaucoma</i>”. - <i>Posting</i> 4 “<i>Mitos atau Fakta</i>” di Instagram.
Kamis, 21 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Posting</i> 3 <i>guest star celestial night</i> di Instagram. - <i>Posting</i> 1 <i>giveaway sunglasses</i> kolaborasi Pelita Optik di Instagram. - <i>Posting</i> 3 <i>video highlight</i> dari <i>guest star</i> di Instagram.
Jumat, 22 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Celestial Night: Rangkaian acara berupa talk show dengan Rumah Sakit Mata Undaan, magic show, dan music performance</i> dari tunanetra. - Pengumuman pemenang dari <i>giveaway</i> melalui acara dan Instagram.
Sabtu, 23 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Apresiasi Instagram <i>post</i> untuk peserta dan <i>partner</i> di Instagram <i>story</i>.

	<ul style="list-style-type: none">- <i>After movie</i> di Instagram.- <i>Posting review</i> dari pemaparan di Instagram.
--	---

2.7 Contact Person

Angelina Mulyadi

HP: 08113459517

Instagram: [angelinamulyadi](#)

Line: [angelinamulyadi](#)

E-mail: angelinamulyadi329@gmail.com

BAB 3

PENUTUP

Proposal kegiatan *Side by Sight* ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas bagi semua pihak dan dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang terlibat. Dukungan, kerjasama, dan partisipasi aktif sangat diharapkan untuk keberlangsungan acara ini. Atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

TERM OF REFERENCE

A. Background Profile AMSA-UHT

Asian Medical Students' Association (AMSA) Universitas Hang Tuah merupakan sebuah Badan Semi Otonom (BSO) di Fakultas Kedokteran Universitas Hang Tuah Surabaya yang bergerak dalam bidang kesehatan dan juga kemanusiaan berdasarkan filosofi *knowledge, action, dan friendship*. AMSA-UHT merupakan salah satu bagian dari AMSA-Indonesia.

AMSA-UHT telah berpartisipasi aktif dalam sejumlah besar acara nasional dan internasional. Kontribusi AMSA-UHT terhadap AMSA *International* yaitu menjadi tuan rumah *Hosting AMSEP for Rotterdam 2020* dan menyelenggarakan kegiatan sosial seperti STIGMA untuk memperingati hari HIV sedunia.

Visi:

Making AMSA-UHT an organization that is always developing also distinctive in internal through quality improvement of human resources so that it is active in externally with the application of Three AMSA philosophies

Misi:

1. Making AMSA-UHT a place for exploration and optimization of each member's interest
2. Improve member's relationship internally or externally so that good cooperation relationships are achieved in organizational life
3. Acting and contributing actively to AMSA-Indonesia and AMSA International
4. Apply marine health and health insights in organizational activities so that they can have a positive impact on UHT and the Community

B. Topik dan Target Pembicaraan

Topik yang akan diangkat adalah "*Glaucoma*" dengan rincian sebagai berikut:

- a. **Pembicara: Rumah Sakit Mata Undaan**
- b. **Moderator: Angelina Mulyadi**

Member of CO AMSA-UHT & Top 12 Finalist Ambassador of Public Health AMSA-Indonesia

C. Alur diskusi

1. Apa itu glaukoma dan apa saja gejala seseorang yang mengidap glaukoma?
2. siapa saja yang rentan terkena glaukoma?

3. gaya hidup seperti apa yang biasanya dapat meningkatkan risiko terkena glaukoma?
4. Apa yang bisa dilakukan untuk mencegah dan memperlambat resiko glaukoma?
5. Faktor-faktor apa saja yang menjadi risiko terbesar glaukoma?
6. Risiko apa yang bisa terjadi jika seseorang mengidap glaukoma tidak diobati?
7. Adakah kaitan seseorang mengidap glaukoma dengan diabetes? Mengapa?
8. Apa saja risiko bagi pengidap glaukoma di masa pandemi COVID-19?
9. Apakah benar seseorang mengidap glaukoma harus menjalani pengobatan seumur hidup?
10. Gaya hidup seperti apa yang harus dijalankan sebagai pencegahan dari glaukoma?

D. Teknis Acara

Sesi diskusi dengan pihak **Rumah Sakit Mata Undaan** akan dilaksanakan selama 40 menit melalui *Zoom*. Sesi diskusi nantinya akan direkam dan akan dipublikasikan di IGTV @sidebysight.id

MAIN EVENT DAY (Jumat, 22 Oktober 2021)

NO	WAKTU	DURASI	KETERANGAN ACARA
1.	18.30 - 19.00	30"	<i>Briefing</i> Panitia
2.	19.00 – 19.15	15"	Admit Peserta
3.	19.15 – 19.20	5"	Pembukaan oleh MC
4.	19.20 – 19.25	5"	Sambutan-sambutan : a. <i>Project Officer</i> Celestial Night b. <i>Representative</i> AMSA-UHT 2021/2022
5.	19.25 – 19.30	5"	<i>Mc Perpindahan ke talkshow + pembacaan CV</i>
6.	19.30 – 20.00	30"	<i>Talkshow</i>
7.	20.00 – 20.10	10"	Sesi <i>QnA</i>
8.	20.10 – 20.12	2"	Pemberian sertif + dokumentasi
9.	20.12 – 20.32	20"	Magic Show
10.	20.32 – 20.52	20"	Music Performance
11.	20.52 – 20.55	3"	Dokumentasi
12.	20.55 – 21.00	5"	Penutupan oleh MC

E. Penutup

Berikut telah kami sampaikan keterangan dan rincian dari sesi talkshow antara pihak Rumah Sakit

Mata Undaan dengan AMSA-UHT mengenai pembicaraan “*Love Sight : Future without Glaucoma*”. Besar harapan kami untuk dapat berkolaborasi dengan Rumah Sakit Mata Undaan.