

ARTIKEL PENELITIAN

**EFEKTIFITAS MEDIA PROMOSI KESEHATAN TERHADAP PENINGKATAN  
PENGETAHUAN, SIKAP DAN PERILAKU IBU HAMIL MELAKUKAN  
KUNJUNGAN ANTENATAL CARE**

**Anisya Selvia<sup>1\*</sup>, Desi Ernita Amru<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Dosen Sarjana Kebidanan dan Pendidikan Profesi Bidan, Institut Kesehatan Mitra Bunda, Batam

<sup>2</sup>Dosen Sarjana Kebidanan dan Pendidikan Profesi Bidan, Institut Kesehatan Mitra Bunda, Batam

\*selviaanisya@yahoo.com

**Abstrak**

**Latar Belakang :** Angka Kematian Ibu (AKI) hampir terjadi diseluruh negara di dunia menyebabkan kecemasan tersendiri bagi negara-negara tersebut. Audit maternal perinatal (AMP) di Kota Batam pada tahun 2017 terdapat 30 orang ibu meninggal dengan AKI sebesar 105/100.000 kelahiran hidup. Angka ini melebihi keadaan tahun 2016 lalu sebesar 97/100.000 kelahiran hidup. Faktor yang memungkinkan adanya peningkatan AKI seperti masih belum optimalnya ibu hamil untuk melakukan kunjungan *antenatal care*. Cakupan K1 di Kota Batam khususnya di Belakang Padang hanya mencapai 70,7 % dan Puskesmas Galang 77,3%. Capaian K4 di Puskesmas Sekupang sebesar 57,2% dan Puskesmas Belakang Padang sebesar 58,8 %. Adapun cara untuk menurunkan AKI adalah dengan meningkatkan cakupan kunjungan antenatal pada ibu hamil yang dilakukan melalui promosi kesehatan. **Tujuan :** untuk mengetahui Efektifitas Media Promosi Kesehatan Terhadap Peningkatan Pengetahuan Sikap dan Perilaku Ibu Hamil melakukan kunjungan ANC. **Metode:** Desain *quasi experimen* dan rancangan *non equivalent control group design with pretest and post test*. Analisa bivariat uji *T-Test* dan *Chi-Square*. Analisa multivariat uji MANOVA dengan tingkat kemaknaan  $p < 0.05$  dan CI 95%. **Hasil :** Uji *T-test* pada media video dan booklet dengan *p-value* sebesar 0.002 dan pada sikap dengan *p-value* sebesar 0.007 sedangkan pada perilaku didapatkan nilai *p-value* 0.522, serta berdasarkan uji MANOVA didapatkan bahwa tingkat pendidikan (0.042), pengetahuan sebelumnya (0.008) dan media yang digunakan (0.000) mempengaruhi perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku ibu hamil melakukan kunjungan ANC **Kesimpulan :** Promosi kesehatan menggunakan media video lebih efektif dalam meningkatkan pengetahuan sikap dan perilaku Ibu hamil melakukan kunjungan ANC dibandingkan dengan media booklet.

**Kata kunci :** Efektifitas, Promosi Kesehatan, Antenatal Care.

***Effectiveness Of Health Promotion Media To Improvement Of Knowledge, Attitudes And Behavior Of Pregnant Women For Antenatal Visit***

**Abstract**

**Background :** Maternal Mortality Rate (MMR) occurs in almost countries in the world causing anxiety for these countries. In 2017, the maternal perinatal audit (AMP) in Batam City saw 30 mothers died with an MMR of 105 / 100,000 live births. This figure exceeds the situation in 2016, which was 97 / 100,000 live births. Factors that allow for an increase in MMR are not optimal for pregnant women to have antenatal care visits. K1 coverage in Batam City, especially at Belakang Padang only reached 70.7% and Galang community Health centers 77.3%. The K4 achievement at the Sekupang community Health centers was 57.2% and Belakang Padang community Health centers was 58.8%. The way to reduce MMR is by increasing the coverage of antenatal visits to pregnant women through health promotion. **Objective:** to determine the effectiveness of health promotion media

to increasing knowledge of attitudes and behavior of pregnant women to visit ANC. **Method:** Quasi experimental design and non equivalent control group design with pretest and post test. Bivariate analysis of T-Test and Chi-Square test. Multivariate analysis of the MANOVA test with a significance level of  $p < 0.05$  and 95% CI. **Result:** Bivariate analysis used the T-Test and Chi-Square test while for multivariate analysis using the MANOVA test with a significance level of  $p < 0.05$  and CI 95%. The result of T-test on video media and booklets towards different knowledge obtained p-value of 0.002, on attitudes obtained p-value of 0.007, and on behavior obtained p-value of 0.522. Based on the MANOVA test, it was found that the level of education (0.042), previous knowledge (0.008) and the media used (0,000). **Conclusion :** Health promotion using video media is more effective in increasing knowledge of the attitudes and behaviors of pregnant women in ANC visits compared to booklet media.

**Keywords :** Effectiveness, Health Promotion, Antenatal Care.

## PENDAHULUAN

ANC (*Ante Natal Care*) merupakan pemeriksaan atau pengawasan kehamilan untuk mengoptimalkan kesehatan mental dan fisik ibu hamil, sehingga mampu menghadapi persalinan, nifas, persiapan memberikan ASI dan pemulihan kembali kesehatan reproduksi secara wajar. Indonesia merupakan negara dengan angka kematian ibu dan perinatal tertinggi yang berarti kemampuan untuk memberikan pelayanan masih memerlukan perbaikan yang bersifat menyeluruh dan lebih bermutu (1).

Masih tingginya Angka Kematian Ibu (AKI) yang hampir terjadi diseluruh negara di dunia menyebabkan kecemasan tersendiri bagi negara-negara tersebut untuk terus berupaya menurunkan AKI di setiap tahunnya. *Sustainable Development Goal's* (SDGs) secara global menargetkan pada tahun 2030 Angka Kematian Ibu (AKI) menjadi 70 kematian per 100.000 kelahiran hidup (2). Berdasarkan laporan sarana pelayanan kesehatan khususnya Rumah Sakit serta melalui kegiatan audit maternal perinatal (AMP) diketahui di Kota Batam pada tahun 2017 terdapat 30 orang ibu meninggal dengan angka kematian sebesar 105/100.000 kelahiran hidup. Angka ini melebihi keadaan tahun 2016 lalu sebesar 97/100.000 kelahiran hidup. Banyak faktor yang memungkinkan adanya peningkatan Angka Kematian Ibu seperti masih belum optimalnya ibu hamil untuk melakukan pemeriksaan kesehatannya secara berkala. Cakupan K1 di Kota Batam khususnya di Belakng padang hanya mencapai 70,7 % dan Puskesmas Galang 77,3%. Capaian K4 lebih rendah dengan rata-rata dibawah 90% terutama di Puskesmas Sekupang sebesar 57,2% dan Puskesmas Belakng Padang sebesar 58,8 % (3) Adapun cara untuk mencegah menurunkan

Angka Kematian Ibu tersebut adalah dengan meningkatkan cakupan kunjungan antenatal pada ibu hamil yang dilakukan melalui promosi kesehatan.(4)

Promosi kesehatan merupakan satu bentuk tindakan mandiri keperawatan/kebidanan untuk membantu klien baik individu, kelompok, maupun masyarakat dalam mengatasi kesehatannya melalui kegiatan pembelajaran yang didalamnya perawat/ bidan berperan sebagai pendidik, sehingga bersama klien perawat/bidan mengadakan kerjasama demi memecahkan masalah melalui proses negosiasi tentang pendidikan kesehatan yang bertujuan untuk mengubah perilaku individu, kelompok, dan masyarakat menuju hal-hal yang positif secara terencana melalui proses belajar khususnya dalam lingkup kebidanan (5).

Penanggulangan masalah belum optimalnya ibu hamil melakukan pemeriksaan kehamilan dapat dilakukan dengan metode primer, sekunder, dan tersier. Pencegahan secara primer dapat dilakukan dengan cara peningkatan atau mengintensifkan promosi kesehatan yang dilakukan di masyarakat khususnya ibu hamil untuk dapat melakukan kunjungan *antenatal care*. Masih kurangnya pengetahuan masyarakat tentang manfaat kunjungan *Antenatal care* dapat berakibat buruk terhadap perkembangan janin selama masa kehamilan. Salah satu upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan perubahan sikap menjadi lebih positif adalah dengan melakukan promosi kesehatan dengan media yang tepat seperti penggunaan video dengan cara *entertainment-education* dan media cetak seperti penggunaan *booklet* (6).

Dalam penelitian tentang promosi kesehatan dengan pemanfaatan media video dengan cara *entertainment education*

didapatkan hasil bahwa terdapat peningkatan keefektifitasan penyampaian pesan karena tampilan yang digunakan dapat dikemas secara ringan, sehingga dapat diterima dengan mudah oleh segala lapisan masyarakat. Pada akhirnya timbulnya keasdasan tentang pentingnya melakukan kunjungan *Antenatal care* selama kehamilan. Penggunaan media video memiliki kelebihan antara lain dapat menarik perhatian, memberikan gambaran yang lebih nyata dan meningkatkan retensi memori sehingga akan lebih mudah diingat (7).

Penggunaan media audio visual berupa video dapat meningkatkan pengetahuan sebesar 100% dan perubahan sikap positif menjadi 83,3%. Booklet juga merupakan sebuah media promosi kesehatan yang dianggap efektif. Salah satu percobaan secara random terkontrol menunjukkan bahwa booklet dapat meningkatkan pengetahuan dan sikap pada seseorang, penelusuran setelah satu tahun dilakukan intervensi booklet didapatkan bahwa 94% responden membaca buku tersebut, 84% responden merasakan kebermanfaatannya dan 68% responden masih memiliki salinan buku tersebut. Promosi kesehatan dilakukan oleh tenaga kesehatan sebagai awal dari pemberian informasi kepada masyarakat tentang pentingnya melakukan kunjungan ANC (8).

## METODE

Penelitian ini dilakukan tahun 2020 dengan jenis penelitian kuantitatif dengan desain *quasi eksperimen* dengan menggunakan rancangan *non equivalent control group design with pretest and post test*. Rancangan *non equivalent control group design with pretest and post test*. Kelompok perlakuan dalam penelitian ini diberikan promosi kesehatan dengan menggunakan media video, sedangkan pada kelompok kontrol dilakukan promosi kesehatan dengan menggunakan media *booklet* yang pada masing-masing kelompok diakhiri dengan diskusi. Materi yang digunakan dalam promosi kesehatan baik menggunakan media video dan media *booklet* adalah tentang kunjungan *antenatal care*.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh ibu hamil yang berjumlah 80 orang yang berada di wilayah kerja Puskesmas belakang padang. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *non probability sampling* dengan pendekatan

*purposive sampling*. Rumus penentuan jumlah besar sampel yang digunakan dalam rencana penelitian ini *Lemeshow*. Berdasarkan perhitungan sampel diatas didapatkan jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah 21 ibu hamil. Untuk mengantisipasi adanya sampel yang *dropout* maka jumlah sampel ditambahkan sebanyak 10% pada masing-masing kelompok sehingga ditetapkan total sampel pada masing-masing kelompok adalah sebanyak 23 ibu hamil.

## HASIL

### Karakteristik responden

Berdasarkan tabel diketahui jumlah responden dalam penelitian ini pada masing-masing kelompok memiliki responden berjumlah 23 orang yang dilihat dalam empat karakteristik yaitu umur, pendidikan, penghasilan dan informasi yang telah didapatkan. Pada karakteristik umur mayoritas pada masing-masing kelompok berusia 20-35 tahun dengan total 29 orang (63%) yang terbagi pada kelompok booklet berjumlah 13 orang (56,5%) dan kelompok video berjumlah 16 orang (69,6%) dan memiliki data yang homogen.

Sedangkan pada kategori pendidikan, responden pada kelompok booklet dan video memiliki jumlah responden dengan tingkat pendidikan tinggi yaitu 19 orang (82,6%) dengan 4 orang (17,4%) berpendidikan rendah. Ibu hamil dalam penelitian ini baik dalam kelompok booklet (73,9%) maupun kelompok video (69,6%) dengan nilai homogenitas data 0.965. Pada karakteristik penghasilan, 71,7% berpenghasilan rendah dan sisanya berpenghasilan tinggi yang termasuk dalam kelompok berpenghasilan tinggi yaitu jika pendapatan perbulannya melebihi nilai UMK (> Rp. 1.527.150) dan sebaliknya bagi berpenghasilan rendah dengan data yang homogen yaitu 0.525.

Berdasarkan pengetahuan sebelumnya yang didapatkan lebih dari 80,4% diantara ibu hamil yang berpartisipasi dalam penelitian ini telah mendapatkan pengetahuan dan 19,6% diantaranya belum mendapatkan pengetahuan berupa manfaat melakukan kunjungan *antenatal care* serta memiliki data yang homogen.

Tabel.1 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Pada Kelompok *Booklet* dan Video

Karakteristik	Kelompok				Total	Homogenitas
	Booklet		Video			
	frekuensi	%	frekuensi	%		
<b>Umur</b>						
20-35 tahun	13	43,5	16	30,4	29 (63%)	0.102
>35 tahun	10	56,5	7	69,6	17 (37%)	
<b>Pendidikan</b>						
Tinggi	19	82,6	19	82,6	38 (82,6%)	0.965
Rendah	4	17,4	4	17,4	8 (17,4%)	
<b>Penghasilan</b>						
Pendapatan Tinggi	6	26,1	7	30,4	13 (28,3%)	0.525
Pendapatan Rendah	17	73,9	16	69,6	33 (71,7%)	
<b>Pengetahaun Sebelumnya Tentang Kunjungan ANC</b>						
Telah mendapatkan	18	78,3	19	82,6	37 (80,4%)	0.469
Belum mendapatkan	5	21,7	4	17,4	9 (19,6%)	

Berdasarkan Tabel.2 rata-rata pengetahuan sebelum dan sesudah diberikan promosi kesehatan pada kelompok booklet dan video menunjukkan bahwa pada kelompok booklet memiliki nilai rata-rata dengan standar deviasi sebelum dilakukan promosi kesehatan sebesar  $70,7 \pm 7,6$  dengan nilai tengah (median) yang didapatkan 75 dan memiliki nilai terendah 61,0 dan nilai tertinggi 87,5 berubah menjadi nilai rata-rata dan standar deviasi setelah dilakukan promosi kesehatan pada kelompok booklet menjadi  $84,5 \pm 5,6$  dengan nilai

tengah 85,2 dan memiliki nilai terendah 72,2 serta nilai tertinggi 93,8. Sedangkan pada kelompok video pada *pretest* memiliki nilai *mean* 74,2 dengan standar deviasi 6,1 dan memiliki nilai tengah 72 dengan rentang nilai minimal-maksimal antara 43,8-87,5 dan setelah dilakukan promosi kesehatan dengan menggunakan media video terjadi perubahan nilai *mean* menjadi 86,6 dengan nilai tengah 87,5 dan memiliki nilai minimal sebesar 78,5 serta nilai tertinggi yang didapatkan 93,8.

Tabel 2. Rata-Rata Pengetahaun Sebelum dan Sesudah Diberikan Promosi Kesehatan Pada Kelompok *Booklet* dan Video

Variabel	Nilai Pre Test			Nilai Post Test		
	mean±SD	Median	Minimal-Maksimal	mean±SD	Median	Minimal-Maksimal
Booklet	70,7 ± 7,6	75	61,0-87,5	84,5 ± 5,6	85,2	72,2-93,8
Video	74,2 ± 6,1	72	43,8-87,5	86,6 ± 4,6	87,5	78,5-93,8

Berdasarkan Tabel 3. rata-rata sikap sebelum dan sesudah diberikan promosi kesehatan pada kelompok booklet dan video menunjukkan bahwa perubahan nilai rata-rata sikap terhadap kunjungan ANC dan pencegahannya pada kelompok booklet memiliki nilai 72,4 dengan standar deviasi 5,1 dan memiliki nilai tengah 73,3 serta memiliki

nilai terendah 58,2 dan nilai tertinggi 83,9, setelah dilakukan promosi kesehatan nilai rata-rata ± standar deviasi yang didapatkan pada kelompok booklet berubah menjadi  $82,4 \pm 4,2$  dengan nilai tengah 79,6 dan memiliki nilai minimal-maksimal sebesar 58,9-89,3. Pada kelompok video sebelum dilakukan promosi kesehatan didapatkan nilai *mean* ± standar

deviasi yang didapatkan 74,1±5,4 dan nilai tengah 73,2 dengan memiliki nilai minimal-maksimal 62,5-83,9 namun setelah dilakukan promosi kesehatan nilai *mean* yang didapatkan berubah menjadi 82,5 dan nilai tengah 83,1 dengan nilai terendah pada sikap 71,4 dan nilai

maksimal 94,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada masing-masing kelompok baik kelompok booklet maupun kelompok intervensi sebelum dan sesudah dilakukan promosi kesehatan terjadi perubahan nilai rata-rata pada sikap responden.

**Tabel 3. Rata-Rata Sikap Sebelum dan Sesudah Diberikan Promosi Kesehatan Pada Kelompok Booklet dan Video**

Variabel Sikap	Nilai Pre Test			Nilai Post Test		
	Mean±SD	Median	Minimal-Maksimal	Mean±SD	Median	Minimal-Maksimal
Booklet	72,4± 5,1	73,2	58,2-83,9	82,4±4,2	79,6	58,9-89,3
Video	74,1±5,4	73,2	62,5-83,9	82,5±6	83,1	71,4-94,6

Analisis bivariat dilakukan untuk mengetahui perbedaan antara pengetahuan dan sikap pada masing-masing media promosi dilihat dari selisih nilai *pre* dan *post test* yang didapatkan serta melihat perbedaan nilai pengetahuan dan sikap yang didapatkan antara dua media promosi. Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa adanya perubahan nilai rata-rata pengetahuan ibu hamil sebelum dan sesudah dilakukan promosi kesehatan menggunakan media booklet dan video. Nilai pengetahuan pada media booklet sebelum dilakukan promosi kesehatan adalah 70,7 dan setelah dilakukan promosi kesehatan berubah menjadi 84,5

dengan nilai *confidence interval* (-16,7)-(-10,8) dan nilai *p-value* 0.000 > 0.05 yang artinya ada beda antara sebelum dan sesudah dilakukan promosi kesehatan menggunakan media booklet pada ibu hamil. Sedangkan perbandingan pengetahuan ibu hamil pada kelompok video memiliki nilai rata-rata *pre test* adalah 74,2 dan nilai *post test* adalah 86,6 dengan nilai *p-value* 0.000 < 0.05 serta *confidence interval* (-14,4)-(-10,4) yang artinya ada perbedaan yang bermakna mengenai pengetahuan ibu hamil setelah dilakukan promosi kesehatan menggunakan media video.

**Tabel 4. Uji Normalitas Data Pengetahuan dan Sikap Pada Kelompok Booklet dan Video**

Variabel	Shapiro - Wilk	
	Kelompok Video (Sig.)	Kelompok Booklet (sig.)
<b>Pengetahuan</b>		
<i>Pretest</i>	0.143	0.057
<i>Posttest</i>	0.053	0.361
<b>Sikap</b>		
<i>Pretest</i>	0.525	0.186
<i>Posttest</i>	0.672	0.085

Berdasarkan Tabel 5. perbandingan sikap ibu hamil pada kelompok *booklet* dan video didapatkan nilai adanya perbedaan nilai *pre* dan *post test* sikap setelah diberikan promosi kesehatan menggunakan media booklet dan video. Nilai rata-rata yang didapatkan pada kelompok booklet sebelum dilakukan promosi kesehatan adalah 72,4 menjadi 82,2 dengan nilai *confidence interval* (-12,6)-(-7,2) dan nilai

*p-value* 0.000 < 0.05 yang artinya menunjukkan bahwa adanya perbedaan nilai rata-rata sikap pada kelompok booklet antara sebelum dan setelah dilakukan promosi kesehatan. Sedangkan pada perbandingan perubahan sikap yang dimiliki pada kelompok video menunjukkan bahwa nilai *mean* pada *pre test* sebesar 74,1 dan *post test* sebesar 82,5 dengan nilai *confidence interval* (10,9)-(-5,9) dan

memiliki nilai *P-value* 0.000 kurang dari 0.05 yang artinya ada perbedaan perubahan nilai rata-rata sikap yang bermakna antara sebelum

dan setelah dilakukan promosi kesehatan menggunakan media video.

**Tabel 5. Perbandingan Pengetahuan Ibu hamil Pada Kelompok Booklet dan Video Menggunakan Uji Paired T-Test**

Variabel	Media	Hasil				CI	P-Value
		Pre-test		Post test			
		mean	SD	mean	SD		
Pengetahuan	Booklet	70,7	7,6	84,5	5,6	(-16,7)-(-10,8)	0.000
	Video	74,2	6,1	86,6	4,6	(-14,4)-(-10,4)	0.000

Berdasarkan Tabel 6. tentang perbandingan sikap ibu hamil pada kelompok booklet dan video didapatkan nilai adanya perbedaan nilai *pre dan post test* sikap setelah diberikan promosi kesehatan menggunakan media booklet dan video. Nilai rata-rata yang didapatkan pada kelompok booklet sebelum dilakukan promosi kesehatan adalah 72,4 menjadi 82,2 dengan nilai *confidence interval* (-12,6)-(-7,2) dan nilai *p-value* 0.000 < 0.05 yang artinya menunjukkan bahwa adanya perbedaan nilai rata-rata sikap pada kelompok

booklet antara sebelum dan setelah dilakukan promosi kesehatan. Sedangkan pada perbandingan perubahan sikap yang dimiliki pada kelompok video menunjukkan bahwa nilai *mean* pada *pre test* sebesar 74,1 dan *post test* sebesar 82,5 dengan nilai *confidence interval* (-10,9)-(-5,9) dan memiliki nilai *P-value* 0.000 kurang dari 0.05 yang artinya ada perbedaan perubahan nilai rata-rata sikap yang bermakna antara sebelum dan setelah dilakukan promosi kesehatan menggunakan media video.

**Tabel 6. Perbandingan Sikap Ibu Hamil Pada Kelompok Booklet dan Video Menggunakan Uji Paired T-Test**

Variabel	Media	Hasil				CI	P-Value
		Pre-test		Post test			
		mean	SD	mean	SD		
Sikap	Booklet	72,4	5,1	82,4	4,2	(-12,6)-(-7,2)	0.000
	Video	74,1	5,4	82,5	6	(-10,9)-(-5,9)	0.000

Berdasarkan Tabel 7. didapatkan nilai *mean* pada kelompok booklet sebesar 76,2 dan kelompok video 86,6 sehingga didapatkan perbedaan nilai *mean* antar dua kelompok adalah 10,4 dan *confidence interval* (-15,9)-(4,8) yang menyatakan nilai rata-rata pengetahuan pada kelompok video atau promosi kesehatan

menggunakan media video lebih tinggi dibandingkan nilai pengetahuan yang didapatkan dengan media booklet. Pada kelompok booklet dan kelompok video memiliki perbedaan nilai yang bermakna dengan nilai *p-value* yang didapatkan adalah 0.002 yang lebih kecil dibandingkan 0.05.

**Tabel 7. Perbedaan Rata-Rata Pengetahuan Pada Kelompok Booklet dan Video Dengan Media Promosi Kesehatan**

Variabel	Kelompok	Selisih Rerata Mean±SD	Mean difference	CI 95%	P-value
Pengetahuan	Booklet	76,2±12,4	10,4	(-15.9)-(4.8)	0.002
	Video	86,6±4,6			

  

Variabel	Kelompok	Selisih Rerata Mean±SD	Mean difference	CI 95%	P-value
Sikap	Booklet	75,6±10,2	6,9	(-11.9)-(-1.9)	0.007
	Video	82,5±6			

Berdasarkan Tabel 8. menunjukkan bahwa adanya perbedaan nilai sikap yang didapatkan antara kelompok booklet dan kelompok video dengan jarak beda nilai rata-rata adalah 6,9 lebih tinggi didapatkan oleh kelompok video yaitu 82,5.

Kelompok booklet memiliki nilai 75,6 namun berdasarkan nilai *p-value* didapatkan hasil  $0.007 < 0.05$  yang artinya ada beda nilai yang bermakna terhadap perubahan nilai pada kelompok video dan kelompok booklet.

**Tabel 9. Perubahan Perilaku Pada Kelompok Booklet dan Video Dengan Media Promosi Kesehatan**

Variabel	Kelompok	Pre test		Post Test		P-value
		Belum melakukan ANC	Sudah Melakukan ANC	Belum melakukan ANC	Sudah Melakukan ANC	
Perilaku	Booklet	23	0	16	7	0.522
	Video	23	0	13	10	

Berdasarkan Tabel 9. terlihat adanya perubahan perilaku baik pada kelompok booklet maupun kelompok video. Pada kelompok booklet ada 7 orang dan pada kelompok video ada sebanyak 10 orang yang telah melakukan kunjungan ANC, yang sebelumnya

teridentifikasi belum pernah melakukan pemeriksaan ANC namun pada uji statistik didapatkan nilai *p-value*  $0.522 > 0.05$  yang artinya tidak ada perubahan yang bermakna antar dua kelompok media promosi kesehatan yang digunakan dalam perubahan perilaku.

**PEMBAHASAN**

**Efektifitas media promosi kesehatan menggunakan media booklet dan video dalam perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku**

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan nilai rata-rata pengetahuan, sikap dan perilaku terhadap kunjungan ANC sebelum dan sesudah dilakukan promosi kesehatan pada media booklet dan media video. Perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku ini dilihat dari selisih nilai sebelum dan sesudah dilakukan

promosi kesehatan menggunakan media promosi booklet dan video. Pada media booklet terjadi peningkatan pengetahuan sebesar 14 point dan untuk sikap adanya selisih peningkatan perubahan sikap sebesar 10 point sedangkan pada perubahan perilaku ada 7 orang atau sebanyak 30,4% yang telah melakukan kunjungan ANC di puskesmas belakang padang. Sedangkan pada media promosi menggunakan video terjadi pergeseran peningkatan pengetahuan dengan selisih nilai

*pre dan post* adalah 12,4 point dan selisih perubahan sikap sebanyak 8,4 point serta adanya perubahan perilaku dalam melakukan kunjungan ANC sebanyak 10 orang (43,4%) dengan nilai *p-value* yang didapatkan pada masing-masing media adalah  $0.000 < 0,05$  yang artinya ada perbedaan pengetahuan dan sikap sebelum dan sesudah dilakukan promosi kesehatan menggunakan media promosi kesehatan baik booklet maupun video. Perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku yang didapatkan pada masing-masing media promosi kesehatan dapat dipengaruhi oleh karakteristik responden yang ada antara lain umur, tingkatan pendidikan, penghasilan dan pengetahuan yang telah dimiliki sebelumnya. Pada penelitian ini 63% berusia antara 20-35 tahun. Kematangan usia seseorang berhubungan dengan kemampuan seseorang dalam mengolah informasi dan mengambil keputusan atau tindakan sehingga pengetahuan yang diperoleh akan semakin membaik(9) Hal ini juga berkesesuaian dengan hasil yang didapatkan oleh Kirk-Sanchez NJ (2018) dalam penelitiannya yang berjudul *Physical exercise and cognitive performance in the elderly: current perspectives* menyatakan bahwa umur individu berhubungan dengan tingkat kematangan dan kekuatan seseorang dalam berfikir dan bekerja serta akan terjadi penurunan fungsi kognitif ketika telah memasuki lansia (10). Tingkatan pendidikan responden dalam penelitian ini rata-rata berpendidikan tinggi (SMA dan Perguruan tinggi) sebanyak 82,6%. Menurut teori semakin tinggi pendidikan seseorang maka pengetahuan yang dimiliki akan semakin baik sehingga dapat mempengaruhi perubahan sikap dan perilaku (11). Hal tersebut memiliki kesamaan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ni nyoman didapatkan bahwa tingkatan pendidikan responden memberi pengaruh untuk lebih mengetahui risiko suatu penyakit dan bagaimana cara mengatasi atau menghindarinya dengan tingkat pendidikan yang baik dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang sehingga dapat merubah perilaku dapat

mencapai kesehatan yang optimal (12). Berdasarkan teori dari penghasilan yang dimiliki seseorang akan mempengaruhi ketersediaan suatu fasilitas sehingga menyebabkan perubahan sikap dan perilaku. Status ekonomi seseorang memiliki hubungan dengan perilaku dalam melakukan pemeriksaan *Antenatal Care* (13). Pada penelitian ini mayoritas atau sebanyak 80,4% ibu hamil pernah mendapatkan penyuluhan tentang manfaat kunjungan *antenatal care*. Pada hasil masing-masing media promosi terdapat peningkatan pengetahuan dan sikap setelah dilakukan promosi kesehatan. Berdasarkan teori informasi yang diperoleh baik dari pendidikan formal maupun non formal akan memberikan pengaruh jangka pendek sehingga menghasilkan perubahan atau peningkatan pengetahuan dan sikap informasi kesehatan merupakan salah satu strategi dalam melakukan perubahan perilaku karena individu dapat menerima pesan yang berguna untuk dirinya(14) Perbedaan peningkatan pengetahuan sebelum dan sesudah dilakukan promosi kesehatan dengan media yang berbeda karena adanya intervensi yang dilakukan sebagai upaya pemberian informasi, dengan adanya informasi kesehatan sehingga yang dapat merubah pengetahuan pada individu atau kelompok dalam penyampaian informasi kesehatan yang dilakukan maka diperlukannya media promosi sehingga informasi yang disampaikan dapat tergambar dengan tepat, promosi kesehatan dengan metode penyampaian yang tepat serta didukung dengan media yang dapat dengan mudah dipahami dapat meningkatkan pengetahuan, kesadaran dan persepsi yang baik terhadap kunjungan antenatal care. Fungsi dari media promosi yang digunakan adalah sebagai alat untuk melakukan advokasi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat (15). Sedangkan perubahan pengetahuan dan sikap yang terjadi pada promosi kesehatan dengan media video ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gail D. Love yang mengatakan bahwa dengan melakukan promosi kesehatan

media dengan menggunakan video dianggap efektif dalam meningkatkan ibu hamil tentang kunjungan *antenatal care* dengan hasil perubahan pengetahuan (intervensi dengan nilai  $p < 0,000$ ; kelompok kontrol,  $p < 0,020$ ), sikap (kelompok kontrol  $p < 0,059$ ; dan kelompok intervensi  $p < 0,024$ ) dan niat untuk melakukan pemeriksaan kehamilan (57,6% perempuan dalam kelompok intervensi memiliki perubahan positif dibandingkan pada kelompok kontrol yang hanya sebesar 53,8%). Dalam gambaran yang diberikan oleh *Edgar Dale Cone Experience* menyatakan dengan media video membuat seseorang 30% lebih baik dalam menyerap suatu informasi sehingga terjadinya perubahan pengetahuan (16). Efektivitas suatu metode dapat terlihat dari perbedaan peningkatan rata-rata yang dicapai, metode yang paling efektif ditunjukkan dengan peningkatan rata-rata yang paling tinggi diantara kelompok lainnya Hasil penelitian ini secara statistik menunjukkan adanya perbedaan keefektivitasan media promosi kesehatan dengan menggunakan booklet dan video terhadap perubahan pengetahuan dan sikap ibu hamil melakukan kunjungan *Antenatal Care*. Berdasarkan hasil analisis menggunakan uji *Independent T-Test* pada tabel.7 diperoleh nilai *mean* pengetahuan pada media booklet sebesar 76,2 dan media video 86,6 dengan *mean difference* 10,4 serta nilai *p-value* 0.002. Berdasarkan nilai *p-value* dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan pengetahuan terhadap media promosi kesehatan yang digunakan dengan perubahan pengetahuan lebih besar pada media video. Menurut Notoatmodjo pengetahuan yang baik akan mendorong seseorang untuk menampilkan sikap yang sesuai dengan pengetahuannya yang telah didapatkan. Sedangkan berdasarkan hasil pada perubahan sikap yang didapatkan dengan menggunakan uji *Independent T-Test* didapatkan adanya perbedaan efektivitas media promosi dengan menggunakan booklet dan video terhadap perubahan sikap ibu hamil yang ditunjukkan pada tabel.8 dengan selisih antar dua kelompok adalah 6,9 point yang

menyatakan nilai *mean* sikap pada kelompok video lebih tinggi yaitu 82,5 dibandingkan pada kelompok booklet dengan nilai 75,6, serta didapatkan nilai *p-value* sebesar 0.007 yang masih kurang dari 0.05 artinya adanya perbedaan yang bermakna antara media booklet dan video dengan perubahan sikap yang dimiliki ibu hamil. Dari hasil statistik pada penelitian ini menyatakan bahwa penggunaan media video lebih efektif dalam meningkatkan pengetahuan, sikap dan perilaku ibu hamil tentang kunjungan *antenatal care*(17) Penggunaan video sebagai alat promosi kesehatan selain dapat mempermudah penyerapan informasi, video sebagai media juga dapat berfungsi secara afektif yaitu dapat menggugah perasaan, emosi dan tingkat penerimaan atau penolakan subjek terhadap hal tertentu. Peningkatan pengetahuan dan sikap yang terjadi berhubungan dengan pancaindra yang digunakan dalam memperoleh informasi. Pada media booklet ini subjek penelitian menggunakan indra penglihatan untuk membaca, pancaindra merupakan organ utama dalam menangkap informasi dan media merupakan suatu alat yang dapat merangsang pancaindra untuk diolah sebagai informasi. Keefektivitasan penggunaan media video sebagai media promosi disebabkan karena dengan efek dari media video yang dapat menimbulkan kecenderungan bagi subjek dapat menikmati alur cerita dan dapat melihat gambaran secara langsung keadaan sebenarnya Media booklet sebagai media cetak dan media video sebagai media audio visual merupakan salah satu sarana yang masing-masing dapat digunakan untuk memperjelas suatu materi dimana kedua media tersebut mempunyai kelebihan dan kekurangan masing-masing dalam menstimulasi indra, dimana kelebihan dan kekurangan media booklet yaitu dapat digunakan sebagai bahan diskusi, kemasannya berisi gambar serta tulisan bila diperlukan dapat di cetak ulang, dapat disimpan sehingga dapat dibaca berulang, sedangkan kekurangannya yaitu dapat menimbulkan kebosanan dan persepsi yang berbeda-beda, jika salah dalam

mendesain maka booklet tidak akan menarik untuk dibaca, biaya cetak mahal serta pada media booklet indra yang digunakan adalah penglihatan sedangkan media video memberikan stimulus pada pendengaran dan penglihatan, sehingga hasil yang diperoleh lebih maksimal (18). Media video merupakan gambar bergerak dengan disertai suara sehingga dapat menggambarkan dengan jelas keadaan atau kondisi yang dibahas, sedangkan pada media cetak atau booklet hanya ada tulisan dan disertai gambar sehingga keadaan sebenarnya tidak tergambarkan dengan nyata dikhayalan seseorang. Sedangkan kelebihan dan kekurangan media video yaitu pesan yang disampaikan cepat dan mudah diingat, terdapat gambar serta suara, dapat digunakan untuk kelompok kecil dan besar, sangat baik untuk menjelaskan suatu proses/ keterampilan. Penyajian video dengan alur dengan cerita yang runtut dimulai dari angka kejadian, pengertian, penyebab, faktor risiko, tanda gejala dan pencegahannya, membuat responden dengan lebih mudah memahami informasi yang diberikan. Model pendidikan partisipatif dengan menggunakan media video yang berbasis teori menunjukkan adanya hasil yang positif dalam meningkatkan pengetahuan, kesadaran ibu hamil untuk melakukan kunjungan *antenatal care*. Sementara video memiliki kekurangan yaitu sukar untuk direvisi jika terjadi kesalahan, relatif mahal, pada saat ditayangkan gambar akan bergerak terus sehingga tidak semua orang dapat memahami pesan yang disampaikan, video yang tersedia tidak selalu sesuai dengan kebutuhan belajar yang diinginkan(19) Berdasarkan penelitian ini dapat dilihat bahwa responden yang telah diberi perlakuan promosi kesehatan dengan media video memiliki rata-rata nilai pengetahuan dan sikap yang lebih baik dibandingkan dengan responden yang telah diberi perlakuan penyuluhan dengan media booklet, bukan berarti media booklet tidak baik digunakan untuk proses pembelajaran akan tetapi media booklet dapat digunakan sebagai pendamping dari media lain. Pemberian informasi kesehatan

dengan pemanfaatan media dapat meningkatkan pengetahuan, sikap dan perilaku tentang pemeriksaan *Antenatal care* (20).

**Pengaruh variabel luar (pendidikan, penghasilan dan Pengetahuan Sebelumnya) terhadap variabel terikat (pengetahuan, sikap dan perilaku).**

Berdasarkan uji statistik pada efek pada masing-masing variabel terikat didapatkan bahwa tingkat pendidikan mempengaruhi pengetahuan namun tidak mempengaruhi secara signifikan pada perubahan sikap dan perilaku ibu hamil dalam melakukan kunjungan *Antenatal care* namun berdasarkan uji statistik secara bersamaan didapatkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh sebesar 18,8% dalam perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku dengan nilai *p-value* 0.042. Berdasarkan teori semakin tinggi pendidikan seseorang maka pengetahuan yang dimiliki akan semakin baik sehingga dapat mempengaruhi perubahan sikap dan perilaku(21) Semakin tingginya tingkat pendidikan maka seseorang individu akan lebih mudah dalam menyaring informasi sehingga dapat dengan baik dalam perubahan respon yang positif setelah diberikan promosi pada kesehatannya.

Hasil statistik dalam penelitian ini menyatakan bahwa tingkat pendidikan tidak memiliki hubungan yang bermakna terhadap perubahan sikap dan perilaku terhadap pemeriksaan *Antenatal Care* ditunjukkan dengan nilai *p-value* yang didapatkan lebih dari 0.05, intervensi berupa pendidikan kesehatan memiliki hasil positif dalam meningkatkan pengetahuan ibu hamil tentang pemeriksaan *antenatal care* namun tidak memiliki hasil yang signifikan terhadap perubahan sikap dan perilaku dalam melakukan Kunjungan *antenatal care*. Variabel luar yang dianggap mempengaruhi perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku adalah penghasilan atau status ekonomi seseorang yang dilihat dari pendapatan keluarga yang didapatkan setiap bulannya. Status ekonomi mempengaruhi bentuk, peran yang diberikan dalam keluarga

dan merupakan faktor predisposisi untuk terbentuknya perilaku kesehatan. Hubungan penghasilan yang dimiliki terhadap pengetahuan dikaitkan dengan kemampuan mendapatkan informasi, berdasarkan sebuah penelitian menyatakan bahwa dengan adanya status ekonomi yang baik akan menentukan tersedianya suatu fasilitas yang diperlukan untuk kegiatan tertentu sehingga status sosial ekonomi ini akan mempengaruhi pengetahuan seseorang dalam mendapatkan informasi (22).

Peningkatan pengetahuan merupakan pendukung untuk terbentuknya sikap positif terhadap perubahan termasuk perilaku Kunjungan *antenatal care* namun demikian pada penelitian ini menyatakan hasil yang sebaliknya yaitu pada masing-masing variabel terikat yaitu pengetahuan, sikap dan perilaku tidak ada nilai yang kurang dari 0.05 yang artinya tidak ada perbedaan antara penghasilan tinggi maupun rendah terhadap pengetahuan, sikap dan perilaku tentang kunjungan *antenatal care* di puskesmas belakang padang Batam (23).

Penggunaan media dalam uji multivariat menunjukan ada pengaruh dalam perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku dalam melakukan kunjungan antenatal karena media memiliki peran sebagai alat intervensi kesehatan yaitu dapat digunakan sebagai agen utama dalam perubahan atau sebagai sarana untuk mendukung pendidikan/ promosi kesehatan dan pelayanan kesehatan sehingga terjadinya peningkatan pengetahuan yang positif serta terjadinya perubahan sikap yang mengarah dalam perubahan perilaku individu. Media merupakan segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi, disamping sebagai sistem penyampaian atau pengantar, media sering diganti sebagai kata mediator karena dijadikan sebagai perantara informasi antara sumber informasi dan penerima karena dapat memanipulasikan. Dilihat, didengar, dibaca atau dibicarakan beserta instrumen yang dipergunakan dengan baik dalam kegiatan

promosi. Namun dapat mempengaruhi keefektifitasan program instruksional.

Penggunaan media dengan memberikan informasi yang benar akan memberikan perubahan perilaku yang positif, dengan adanya alat bantu dari media yang sesuai akan meningkatkan pengetahuan dan mempengaruhi peningkatan retensi daya ingat seseorang terhadap informasi yang telah diberikan (24).

## KESIMPULAN

Media video lebih efektif dalam meningkatkan pengetahuan, sikap dan perilaku ibu hamil melakukan kunjungan antenatal care dibandingkan dengan media *booklet*. Tingkat pendidikan yang tinggi, pengetahuan sebelumnya yang telah didapatkan ibu hamil untuk melakukan kunjungan *antenatal care* mempengaruhi perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku ibu hamil melakukan kunjungan antenatal care.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan artikel ini.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Kesga, Lakip. 2017. "Angka Kematian Ibu", <http://Kesga.Kemkes.Go.Id/>, diakses pada 21 Agustus 2020 pukul 10.00
2. Badan Pusat Statistik. 2017. "Profil Penduduk Indonesia Hasil Supas", <https://Bps.Go.Id/>, diakses pada 18 Agustus 2020 Pukul 11.00
3. Batam, Dinkes. 2018 "Profil Kesehatan Kota Batam" <https://Dinkes.Batam.Go.Id/>, diakses pada 15 Agustus 2020 pukul 13.00
4. Evayanti, Yulistiana. 2015 "Hubungan Pengetahuan Ibu dan Dukungan Suami pada Ibu Hamil terhadap Keteraturan Kunjungan Antenatal Care (ANC) di Puskesmas Wates Lampung Tengah". *Jurnal Kebidanan Malahayati. Volume 1* . No.2. (hlm.81-90)
5. Doondori. 2016 "Efektifitas Metoda Fgd terhadap Perilaku Ibu Hamil tentang ANC

- di Puskesmas Maukaro". *Jurnal Kesehatan Primer. Volume 7. No.2* (hlm.131–40)
6. Loureiro, MI., Goes, AR., Camara, GP., Pereira, MG., Maia, T., Nunes, LS. (2019). Priorities for Mental Health Promotion During Pregnancy and Infancy in Primary Health Care . *Journal Global Health Promot. Vol.16. No1:29-38*
  7. Love,Gd.,Tanjasi,Sp.,Using.(2015) Entertainment Education to Promote Cervical Cancer Screening in Thai Women *Journal of Cancer Education. Vol.27. No 3:585–90.*
  8. Chan, KO., Chen, M., (2020) Effects of Social Media and Mobile Health Apps on Pregnancy Care. *Journal Mhealth Uhelath. Vol.7 No.1: 1-13*
  9. Kwan, H., Riley, M., Prasad, N., Robinson,K.(2020) an Investigation of the Status and Maturity of Hospitals' Health Information Governance in Victoria, Australia. *Journal Health Inf Manag. Vol.14. No.1 :(13-16)*
  10. Kirk-Sanchez, Nj., MCGough,El.(2014) Physical Exercise and Cognitive Performance in the Elderly. *Journal Intern Aging. Vol.9. No.1 :51–62.*
  11. Muthahhari M.2019. *Teori Pengetahuan: Catatan Kritis atas Berbagai Isu Epistemologis*. Jakarta: Sadra Press
  12. Agustini, E. 2013.Hubungan antara Tingkat Pengetahuan Ibu dan Dukungan Keluarga dengan Cakupan Pelayanan ANC. *Jurnal Pendidikan Kesehatan Sebelas Maret. Vol.12 No.3: 13-17*
  13. Sharma,J.,Connor,M., Rima, JR.(2018) *Group Antenatal Care Models in Low- and Middle-Income Countries: a Systematic Evidence Synthesis. Journal Reprod Health. Vol.5. No.15 :38-43.*
  14. Hasan,M., Zahid, S., Hafeez,S., Hashmi,Z., Mannan, H., Hassan, D.(2019). Knowledge and Attitude of Pakistani Women towards Antenatal Exercise: a Cross-Sectional Survey Across Lahore. *Journal of the pakistan medical Association. Vol.69 NO.12:1900-1902*
  15. Wallace, LM., Ma, Y., Qiu, LQ., Dunn, OM.(2018).Educational Videos for Practitioners Attending Baby Friendly Hospital Initiative Workshops Supporting Breastfeeding Positioning, Attachment and Hand Expression Skills: Effects on Knowledge And Confidence. *Journal BMC Pregnancy Childbirth. Vol.3. No.1:7-13*
  16. Love,GD., Tanjasi, SP.(2012) Using Entertainment-Education to Promote Cervical Cancer Screening in Thai Women. *Journal Canc Educ. Vol.27 No.1:585-590*
  17. Hardcastle, S., Kane, R., Chivers, P., Hince, D. (2018). Knowledge, Attitudes, and Practice of Oncologists and Oncology Health Care Providers in Promoting Physical Activity to Cancer Survivors. an International Survey. *Health Sciences Papers and Journal Articles. Vol.3 No.1: 1-18*
  18. Staley, SA., Charm, SS., Slough, LB., Zerden,ML., Morse, JE.(2019). Prenatal Contraceptive Counseling by Video . *Shouthern Medical Journal. Vol. 112 No1:8-13*
  19. Mulla,BM.,Chang,OH.,Modest,AM., Hacker, MR., Marchand, KF.(2018) Improving Patient Knowledge of Aneuploidy Testing Using an Educational Video: a Randomized Controlled Trial. *Journal Obstet Gynecol. Vol.132. No.2:445–52.*
  20. Goodman, K., Mossad, SB., Taksler, GB., Emery, J., Schramm, S., Rothberg, MB. (2015). Impact of Video Education on Influenza Vaccination in Pregnancy. *Journal Reprod Med. Vol. 60. No.2:11-12*
  21. Ibrahim, Hk., Borgy,Md., Mohammed, HO.(2014) Knowledge, Attitude, and Practices of Pregnant Women towards Antenatal Care in Primary Healthcare Centers in Benghazi, Libya. *Journal Egypt Public Health Assoc. Vol.89 No.3:119–26.*
  22. Ouzennou, N., Amor,H., Baali, A (2019) Socio-Economic Cultural and Demographic Profile of a Group of

- Moroccan Anaemic Pregnant Women. *Journal Afr Health. Vol.19. No.3: :2654–2659.*
23. Gupta, N., Chhetry,M.(2017). Knowledge and Practices of Pregnant Women Regarding Oral Health in a Tertiary Care Hospital in Nepal. *Journal Nepal Med Assoc. Vol.57. No.217:184–8.*
24. Zhu, C., Zeng, R., Zhang,W., Evans, R.(2019). Pregnancy-Related Information Seeking and Sharing in the Social Media Era Among Expectant Mothers: Qualitative Study. *Journal Medical Vol.21. No.12: 1364-1366.*

