



Napande: Jurnal Bidan

e-ISSN: 2829-8365

Volume 1 Nomor 2, 2022, Halaman 72-76

DOI: [10.33860/njb.v1i2.1517](https://doi.org/10.33860/njb.v1i2.1517)

Website: <http://jurnal.poltekkespalu.ac.id/index.php/njb>

Penerbit: Poltekkes Kemenkes Palu



Pengaruh Iklan Media terhadap Perilaku Penerapan Protokol Kesehatan Pada Ibu Hamil di Masa Pandemi

Febrina Dwi Nurcahyanti, Aprelsyan J. Loloda  

Prodi DIII Kebidanan STIKes Bhakti Mulia Kediri, Jawa Timur, Indonesia

 Email Korespondensi: febrina.d.nurcahyanti@gmail.com



ARTICLE INFO

Article History:

Received: 20-09-2022

Accepted: 28-10-2022

Published: 31-10-2022

Kata Kunci:

Iklan media, perilaku, penerapan protokol kesehatan, ibu hamil

Keywords:

Media advertising, behavior, implementation of health protocols, pregnant women

ABSTRAK

Latar Belakang : Ibu hamil menjadi kelompok yang rentan tertular virus corona oleh karena itu sebaiknya melakukan pencegahan sesuai protokol kesehatan. Pengetahuan terhadap COVID-19 berpengaruh besar dalam memelihara kesehatan ibu dan janin selama kehamilan. **Tujuan:** Mengetahui pengaruh iklan media terhadap perilaku penerapan protokol kesehatan pada ibu hamil dimasa pandemi. **Metode :** *pra experimental* jenis *one group pra post test design* dengan populasi 360 ibu hamil di Puskesmas Kecamatan Pare Kabupaten Kediri. Sampel sebanyak 190 responden menggunakan teknik sampling *purposive sampling*. Instrumen penelitian berupa kuesioner. Uji statistik menggunakan *wilcoxon signed rank test*. **Hasil:** Sebagian besar responden menyatakan iklan media tentang protokol kesehatan tergolong efektif yaitu sebanyak 111 responden (58,4%). Ada pengaruh iklan media terhadap perilaku penerapan protokol kesehatan pada ibu hamil dimasa pandemi di Puskesmas Kecamatan Pare Kabupaten Kediri tahun 2022 ($p = 0,046$). **Kesimpulan:** Iklan media berpengaruh baik terhadap perilaku penerapan protokol kesehatan pada ibu hamil dimasa pandemi. Disarankan penggunaan iklan media dapat ditingkatkan kuantitasnya sebagai media edukasi penerapan protokol kesehatan disaat pandemi.

ABSTRACT

Background: Pregnant women are a group that is vulnerable to contracting the coronavirus, therefore it is better to take precautions according to health protocols. Knowledge of COVID-19 has a major effect on maintaining the health of the mother and fetus during pregnancy. **Objectives:** To determine the effect of media advertising on the behavior of implementing health protocols in pregnant women during the pandemic. **Methods:** *pre-experimental type one group pre-post test design* with a population of 360 pregnant women at the Puskesmas Pare District, Kediri Regency. A sample of 190 respondents used *purposive sampling* technique. The research instrument is a questionnaire. Statistical test using *wilcoxon signed rank test*. **Results:** Most of the respondents stated that media advertisements about health protocols were effective, as many as 111 respondents (58.4%). There is an influence of media advertisements on the behavior of implementing health protocols in pregnant women during the pandemic at the Pare Subdistrict Health Center, Kediri Regency in 2022 ($p = 0.046$). **Conclusion:** Media advertisements have a good effect on the behavior of implementing health protocols in pregnant women during the pandemic. It is recommended that the use of media advertisements can be increased in quantity as an educational medium for implementing health protocols during a pandemic.



© 2021 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

PENDAHULUAN

Seiring dengan pandemi saat ini ibu hamil tercatat salah satu kelompok rentan resiko terinfeksi Covid -19 dikarenakan pada masa kehamilan terjadinya perubahan fisiologi yang mengakibatkan penurunan kekebalan parsial (Aritonang, 2020). Ibu hamil menjadi kelompok yang rentan tertular virus Corona sehingga ibu hamil dapat melakukan pencegahan dengan memperbanyak pengetahuan, sikap dan perilaku sesuai protokol kesehatan. Menurut WHO pada bulan Maret 2020 di dunia, wanita hamil ditemukan 71% hasil tes PCR menunjukkan positif (Rohmah & Nurdianto, 2020). Data Internasional 39,1% wanita diklasifikasikan memiliki pengetahuan yang tidak memadai tentang tindakan pencegahan terhadap infeksi virus corona Menurut Ding (2021) didapatkan 10,2% wanita hamil menunjukkan sikap khawatir tertular Covid-19. Sedangkan di Indonesia didapatkan 55 wanita hamil terkonfirmasi terinfeksi covid, dan di kota Surabaya ditemukan 11 orang ibu hamil positif Covid-19 (Aritonang, 2020). Diketahui bahwa pengetahuan ibu hamil masih dalam kategori kurang baik 63,1% dan 65,5% memiliki perilaku pencegahan penularan Covid-19 dalam kategori kurang baik (Hardian, 2021). Menurut (Dewi et al., 2020) ibu hamil 35% memiliki sikap yang kurang baik dalam penanganan dan pencegahan Covid-19. Data Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Timur menunjukkan bahwa sebagian besar ibu hamil 49,1% memiliki tingkat pengetahuan yang rendah (Septiasari, 2021).

Pengetahuan terhadap COVID-19 berpengaruh besar dalam memelihara kesehatan ibu dan janin selama kehamilan. Notoadmojo (2020) mengemukakan bahwa perilaku yang baik akan didasari oleh pengetahuan yang memadai daripada perilaku tanpa didasari oleh pengetahuan. Selain pengetahuan, sikap dan praktik merupakan salah satu domain untuk menilai perilaku seseorang. Tindakan atau praktik ibu hamil terkait COVID-19 dapat digambarkan dengan perilaku ibu hamil dalam menerapkan protokol kesehatan (Nwafor, 2020). Beberapa cara yang dapat dilakukan dalam pencegahan penyebaran covid-19 adalah dengan cara mengedukasi penerapan protokol kesehatan covid -19 memakai masker, menjaga jarak, mencuci tangan, menghindari kerumunan, dan mengurangi mobilitas (Kemenkes RI, 2020).

Media promosi kesehatan yang dapat digunakan antara lain adalah semua sarana atau upaya untuk menampilkan pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator, baik melalui media cetak, elektronika (berupa radio, TV, komputer dan sebagainya) dan media luar ruang, sehingga sasaran dapat meningkatkan pengetahuannya yang kemudian diharapkan menjadi perubahan pada perilaku ke arah positif di bidang kesehatan (Notoatmodjo, 2020). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh iklan media terhadap perilaku penerapan protokol kesehatan pada ibu hamil dimasa pandemic di Puskesmas Kecamatan Pare Kabupaten Kediri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan pra experimental jenis *one group pra post test* design. Populasi adalah seluruh ibu hamil di Puskesmas Kecamatan Pare Kabupaten Kediri sebanyak 360 ibu dengan sampel sebanyak 190 responden menggunakan teknik sampling purposive sampling. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner protocol kesehatan, iklan media (TV), dan kuesioner tentang perilaku penerapan protokol kesehatan yang ketiga kuesioner tersebut dibuat sendiri oleh peneliti. Uji statistik menggunakan wilcoxon signed rank test dengan signifikansi 0,05., waktu penelitian

bulan Juni s/d Juli 2022. Analisis univariat menggunakan distribusi frekuensi dan presentase.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1.1 Identifikasi Frekuensi Iklan Media tentang protokol kesehatan pada Ibu Hamil di Masa Pandemi Covid-19

Iklan Media	Frekuensi (n)	Prosentase (%)
Kurang efektif	4	2,1
Cukup efektif	75	39,5
Efektif	111	58,4
Jumlah	190	100

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa dari 190 responden sebagian besar responden menyatakan iklan media tentang protokol kesehatan tergolong efektif yaitu sebanyak 111 responden (58,4%).

Analisis Uji *Wilcoxon* pada Pengaruh Iklan Media terhadap perilaku penerapan protokol kesehatan pada ibu hamil dimasa pandemi diperoleh hasil nilai sig atau $p = 0,046$ dan $\alpha = 0,05$ jadi $p < \alpha$ sehingga H_1 diterima, artinya ada Pengaruh Iklan Media terhadap perilaku penerapan protokol kesehatan pada ibu hamil dimasa pandemi.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 190 responden sebagian besar responden menyatakan iklan media tentang protokol kesehatan tergolong efektif yaitu sebanyak 111 responden (58,4%).

Menurut (Sampurno et al., 2020) bahwa budaya iklan media di Indonesia pada saat masa pandemi ini dapat bertindak sebagai guru yang dapat mengedukasi masyarakat dan menstimulasi, pendidikan layanan kesehatan masyarakat, dan sebagai media yang mengarahkan masyarakat kepada informasi-informasi terbaru serta terpercaya terkait COVID-19, selain itu iklan media juga dapat memotivasi, memberikan dukungan antar warga negara dalam menghadapi pandemi, serta sebagai upaya awal dalam pencegahan COVID-19. Dari hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pemerintah dan seluruh stakeholder cukup berhasil untuk menyentuh lapisan masyarakat khususnya pada ibu hamil dalam mengkampanyekan pencegahan COVID-19 dengan protokol-protokol kesehatan yang telah ditetapkan melalui iklan media sehingga meningkatkan pengetahuan masyarakat terutama ibu hamil (Ratih, 2021).

Berdasarkan keterangan tersebut di atas maka peneliti berpendapat bahwa iklan media tentang penerapan protokol kesehatan yang baik dan jelas akan meningkatkan perilaku ibu hamil dalam menerapkan protokol kesehatan. Ibu hamil yang sedang hamil akan berupaya mencari informasi yang berkaitan dengan kesehatan kehamilan dan janin, baik itu melalui televisi, media sosial dan lain sebagainya. Pemberian iklan media yang sering muncul akan mudah diingat oleh ibu hamil dalam melakukan pencegahan penularan covid-19. sehingga perlu adanya peningkatan peran iklan media tentang protokol kesehatan yang dapat menarik minat ibu untuk melihat dan melaksanakannya.

Salah satu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat, baik oleh pemerintah melalui setiap kementerian, gugus tugas COVID-19, organisasi sosial/lembaga lainnya, ataupun tokoh masyarakat, yaitu melalui komunikasi kesehatan. Komunikasi kesehatan merupakan sebuah upaya dalam memberitahukan pesan dan mempengaruhi dalam proses pengambilan keputusan yang berhubungan dengan upaya peningkatan dan pengelolaan kesehatan oleh individu maupun komunitas masyarakat melalui kegiatan penyebaran informasi kesehatan guna terciptanya kesadaran dalam mencapai perilaku hidup sehat. Selain itu, tujuan utama dari proses komunikasi kesehatan juga dapat memberikan motivasi kepada individu untuk mulai melakukan upaya perilaku hidup sehat. Pesan komunikasi kesehatan diharapkan dapat dikemas dengan informasi yang baik dan tepat sasaran sesuai dengan segmentasi yang dituju sehingga cara-cara dalam penyampaian komunikasi Kesehatan pun harus mengikuti perkembangan zaman dengan berimprovisasi melalui teknologi komunikasi saat ini (Amalia,2020).

Perencanaan dan pengendalian periklanan yang baik diukur dengan efektivitas iklan. Dizaman informasi seperti sekarang iklan adalah alat yang paling efektif untuk menginformasikan halayak umum untuk mengetahui produk tersebut, serta membuat produk-produk mudah diingat oleh konsumen. Pada taraf minimum, iklan yang baik (atau efektif) memuaskan beberapa pertimbangan antara lain: iklan harus memperpanjang suara strategi pemasaran, periklanan yang efektif harus menyertakan sudut pandang konsumen. Seperti atribut/ lambangnya, periklanan yang efektif harus persuasi. Persuasi biasanya terjadi ketika iklan tersebut memberikan keuntungan tambahan bagi konsumen, iklan harus menemukan cara yang unik untuk menerobos kerumunan iklan lain, iklan yang baik tidak menjanjikan lebih dari apa yang bisa diberikan dan iklan yang baik mencegah ide kreatif dari strategi yang berlebihan (Shimp, 2018). Laskey et. Al dalam Indriarto (2018) menyatkan bahwa efektivitas suatu iklan bergantung pada apakah konsumen mengingat pesan yang disampaikan, memahami pesan tersebut, terpengaruh oleh pesan dan tentu saja pada akhirnya membeli produk yang diiklankan. Jika terjadi pada ritel maka konsumen akhirnya akan berbelanja karena melihat iklan tersebut.

Peneliti berpendapat bahwa penggunaan media elektronik pada responden dalam pencegahan COVID-19 memiliki dampak positif. Tampilan pesan yang mudah dipahami dan diingat serta fitur-fitur yang menarik pada media elektronik membuat keinginan dan pemanfaatannya di kalangan masyarakat saat ini tinggi. Pemberian iklan media yang baik dan mudah diingat akan meningkatkan pengetahuan dan perilaku seseorang tentang informasi yang diberikan terutama penerapan protokol kesehatan pencegahan penularan covid-19, terutama pada ibu hamil.

SIMPULAN DAN SARAN

Iklan media tentang protokol kesehatan berpengaruh baik terhadap perilaku penerapan protokol kesehatan pada ibu hamil dimasa pandemic di Puskesmas Kecamatan Pare Kabupaten Kediri. Disarankan penggunaan iklan media dapat ditingkatkan kuantitasnya sebagai media edukasi penerapan protocol kesehatan disaat pandemi.

UCAPAN TERIMA KASIH

- 1) Ketua STIKes Bhakti Mulia Kediri
- 2) Kepala Puskesmas Kecamatan Pare Kabupaten Kediri
- 3) Semua pihak yang membantu dalam penyelesaian penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, 2020. Pelatihan Keterampilan Komunikasi Interpersonal / Konseling. Jakarta: Departemen Kesehatan RI.
- Aritonang, 2020. Peningkatan pemahaman Kesehatan pada Ibu hamil dalam upaya pencegahan Covid-19. *Jurnal Solma*. Vol.9 (2).
Doi:<http://dx.doi.org/10.22236/solma.v9i2.5522>
- Dewi, R., Widowati, R., & Indrayani, T. (2020). Pengetahuan dan Sikap Ibu Hamil Trimester III terhadap Pencegahan Covid-19. *HEALTH INFORMATION JURNAL PENELITIAN* P-ISSN: 2083-0840|e-ISSN: 2622-5905, 12(2), 131–141.
<https://myjurnal.poltekkes-kdi.ac.id/index.php/HIJP>
- Ding, 2021. Knowledge, attitudes, practices, and influencing factors of anxiety among pregnant women in Wuhan during the outbreak of COVID-19: a cross-sectional study. *BMC Pregnancy and Childbirth*, 21(1), 1–9. <https://doi.org/10.1186/s12884-021-03561-7>
- Hardiant. 2021. Hubungan Pengetahuan Ibu Hamil Dengan Perilaku. *Jurnal Ilmiah Ilmu Kesehatan*, 1(1),10-15. <https://doi.org/10.37287/jpm.v2i2.101>
- Hasanah. 2019. Komunikasi dan Konseling dalam Pelayanan Kebidanan. Yogyakarta: Fitramaya.
- Indriarto. 2018. Studi Mengenai Faktor Kekhawatiran dalam Proses Penyampaian Pesan Iklan, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. 5, No. 3, pp.243-268.
<https://doi.org/10.14710/jspi.v5i3.243-268>
- Kemendes RI. 2020. Pedoman Bagi Ibu Hamil, Bersalin, Nifas dan Bayi Baru Lahir Di Era Pandemi COVID-19. Jakarta: Dirjen Kesga dan Kesmas Kemendes RI.
- Notoatmodjo. 2020. Ilmu Perilaku Kesehatan. Rineka Cipta. Jakarta.
- Nwafor, 2020. Pregnant women’s knowledge and practice of preventive measures against COVID-19 in a lowresource African setting. *International Journal of Gynecology and Obstetrics*. <https://doi.org/10.1002/ijgo.13186>
- Ratih Mega Septiasari. 2021. Hubungan Antara Pengetahuan Dan Kecemasan Covid-19 Perempuan Hamil Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Kesehatan* 4 (2).
<https://doi.org/10.33394/jpu.v1i1.2548>
- Rohmah & Nurdianto, 2020. Corona virus disease 2019 (Covid-19) pada wanita hamil dan bayi: Sebuah tinjauan literatur. *Med Hosp*. DOI: [10.22487/j24428744.2020.v6.i2.15253](https://doi.org/10.22487/j24428744.2020.v6.i2.15253)
- Riduwan. 2017. Metode dan Teknik Menyusun Karya Tulis Ilmiah Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sampurno, M. B. T., Kusumandyoko, T. C., & Islam, M. A. (2020). Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat, dan Pandemi COVID-19. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(5). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i5.15210>
- Septiasari, R. M., & Viandika, N. (2021). The correlation between covid-19 knowledge and anxiety of pregnant women during covid-19 pandemic. *JIKES: Jurnal Ilmu Kesehatan*, 4(2), 71–74.
<https://ojshafshawaty.ac.id/index.php/jikes/article/download/197/pdf>
- Shimp. 2018. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat.