

**MEDIA ANIMASI DAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DALAM UPAYA
PENINGKATAN PENGETAHUAN TENTANG PENCEGAHAN STUNTING
PADA REMAJA DI SMA NEGERI 1 NGORO
KABUPATEN MOJOKERTO**

**Asih Media Yuniarti¹, Mukhammad Himawan Saputra², Dwi Helynarti Syurandhari³
Intan Arya Dwi Pandini⁴**

^{1,2,3} Dosen Program Studi S1 Kesehatan Masyarakat STIKES Majapahit Mojokerto.

⁴ Mahasiswa Program Studi S1 Kesehatan Masyarakat STIKES Majapahit Mojokerto.

ABSTRACT

Stunting is still a major health problem in Indonesia. The low knowledge of adolescents about the importance of proper nutrition as prospective parents can increase the risk of children born experiencing stunting. The research objective was to determine the effect of animation and public advertising services on increasing knowledge about stunting prevention in adolescents at SMA Negeri 1 Ngoro. The study used the Quasi-Experimental Design method, with a population of 202 students using a simple random sampling technique to obtain a sample of 84 students. The results showed that half (50%) of the respondents had sufficient knowledge before being given animation, almost all (85.7%) of the respondents had good knowledge after the animation was given while the majority (59.5%) of respondents had good knowledge before being given Public Advertising services and almost all (95.2%) of respondents have good knowledge after being given public advertising services. The results showed that animation and public service advertisements affected increasing adolescent knowledge (P value = 0.000), and public service advertisements were able to increase knowledge higher (P value = 0.001). Animation and public advertising services are media that are preferred by adolescents, so it is recommended to convey health messages.

Keywords: Knowledge, Media, Prevention, Stunting, Adolescents

A. PENDAHULUAN

Stunting masih menjadi masalah kesehatan utama di Indonesia. Remaja adalah kelompok usia potensial yang bisa dilibatkan dalam program pencegahan *stunting* sejak dini yang dapat diandalkan sebagai agen perubahan perilaku. Masalah gizi yang banyak dialami remaja putri adalah anemia dan kurang energi kronik serta kehamilan pada usia remaja (Contesa et al., 2022). Anak balita yang lahir dari perempuan yang menikah di usia remaja lebih berisiko mempunyai anak *stunting* (Mediani, 2020). Rendahnya pengetahuan remaja tentang pentingnya gizi dan stimulasi yang tepat sebagai calon orang tua dapat meningkatkan risiko anak yang dilahirkan kelak mengalami gangguan pertumbuhan hingga *stunting*.

Organisasi Kesehatan Dunia atau WHO (2021), mengatakan angka kejadian *stunting* di dunia mencapai 22%. Hasil studi gizi Indonesia 2021 disebutkan bahwa prevalensi *stunting* Indonesia adalah 24,4%. Sedangkan angka *stunting* di Jawa Timur pada tahun 2022 angka prevalensinya masih cukup tinggi, yaitu 23%. Berdasarkan penelitian Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) angka *stunting* di Kabupaten Mojokerto berada pada angka 6,9%. Hal ini disebabkan karena angka pernikahan dini pada remaja

1,74 juta di Indonesia tinggi (Arifin & Fadhly, 2022; Reny & Indriani, 2020), di tambah kejadian Anemia pada remaja sebesar 18,4, pada remaja putri didapatkan 3,89% remaja melakukan diet penurunan berat badan, 16,78% tidak melakukan sarapan pagi. Perilaku remaja yang tidak sehat sehingga kualitas kesehatan remaja yang kurang mendapatkan asupan gizi seimbang karena kekurangan zat besi dan hal ini berkontribusi terhadap kejadian *stunting* (Friska Armynia Subratha, 2020)

Pengetahuan dan sikap akan menjadi landasan terhadap pembentukan perilaku remaja sehingga dalam diri seseorang idealnya ada keselarasan yang terjadi antara pengetahuan dan sikap, dimana sikap terbentuk setelah terjadi proses tahu terlebih dahulu. Persepsi yang tidak tepat tentang pencegahan *stunting* ini dapat berpotensi membuat perilaku remaja kurang memprioritaskan status kesehatannya, seperti menghindari terjadinya Pernikahan dini, malnutrisi, dan anemia pada remaja (Reny & Indriani, 2020)

Sejalan dengan penelitian yang disampaikan oleh (Setiawati et al., 2022)) yang menyatakan bahwa pembentukan persepsi berlangsung ketika seseorang mampu menerima stimulus dari lingkungannya. Dalam hal ini, stimulus tersebut dapat berupa informasi yang didapatkan dalam bentuk Media sumber informasi yang nantinya dapat membentuk suatu pemahaman tertentu terhadap suatu objek yang akan membentuk persepsi sesuai dengan pemahaman yang dimilikinya.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh media animasi dan media Iklan layanan masyarakat terhadap peningkatan pengetahuan pencegahan *stunting* pada remaja di SMA Negeri 1 Ngoro

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode *Quasi Eksperimental Design*, perencanaan yang digunakan adalah *Pre-Post Test With Control Group*. Kelompok eksperimen adalah kelompok yang diberikan media animasi sedangkan kelompok kontrol adalah kelompok yang diberikan media iklan layanan masyarakat. Penelitian ini menggunakan data primer yang berupa Kuisisioner tingkat pengetahuan tentang pencegahan *stunting* dengan jumlah pertanyaan sebanyak 12 soal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswi kelas X di SMA Negeri 1 Ngoro berjumlah 202 siswi. Sampel penelitian menggunakan teknik *simple random sampling* yang diperoleh sebanyak 84 siswi kelas X di SMA Negeri 1 Ngoro. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah pengisian lembar kuesioner Pretest dan posttest kepada responden. Data yang telah didapatkan kemudian diolah melalui proses Editing, Coding, Entry data, Cleaning, Tabulating. Kemudian di input dalam software computer atau aplikasi computer untuk proses pengujian statistik dengan menggunakan uji statistik *Uji Wilcoxon* dan *Uji Mann Whitney*

C. HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian dengan judul pengaruh media animasi dan media Iklan layanan masyarakat terhadap peningkatan pengetahuan pencegahan *stunting* pada remaja di SMA Negeri 1 Ngoro sebagai berikut :

Tabel 1. Sebaran Pengetahuan siswa berdasarkan Media Animasi dan Media Iklan Layanan Masyarakat di SMAN 1 Ngoro.

a. Media Animasi					
Pengetahuan	Sebelum Intervensi		Sesudah Intervensi		P Value
	F	%	F	%	
Baik	13	30,9	36	85,7	0,0000
Cukup	21	50	6	14,2	
Kurang	8	19	0	0	
b. Media Iklan Layanan Masyarakat					
Pengetahuan	Sebelum Intervensi		Sesudah Intervensi		P Value
	F	%		%	
Baik	25	59.5	40	95.2	0,0000
Cukup	15	35.7	2	4.7	
Kurang	2	4.7	0	0	
c. Perbedaan Media Animasi dengan media Iklan Layanan Masyarakat					
	N	Mean Rank	Sum of Rank	W -score	P value
Media Animasi	42	34.17	1435.00	1435.000	0.001
Media Iklan Layanan Masyarakat	42	50.83	2135.00		

D. PEMBAHASAN

1. Pengaruh pemberian media animasi terhadap peningkatan pengetahuan remaja tentang pencegahan stunting di SMA Negeri 1 Ngoro

Hasil uji Wilcoxon menunjukkan nilai p value 0,000 berarti nilai p value $<0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa media animasi efektif atau berpengaruh dalam meningkatkan pengetahuan pada remaja tentang pencegahan stunting. Pendidikan adalah suatu proses belajar yang berarti dalam pendidikan itu terjadi proses perubahan pada diri individu, kelompok atau masyarakat. Seseorang dapat dikatakan belajar apabila dalam dirinya terjadi perubahan, dari tidak tahu menjadi tahu sehingga menghasilkan perubahan. Salah satu peningkatan pengetahuan setelah diberikan intervensi melalui media animasi tentang pencegahan stunting yaitu minat para responden terhadap media tersebut yaitu media animasi, menggunakan media animasi sebagai media penyampaian pesan kesehatan yang bertujuan untuk meningkatkan ketertarikan remaja sebagai sasaran penelitian ini. Media animasi merupakan media perantara yang materi dan penyerapannya melalui pandangan dan pendengaran sehingga membangun kondisi yang dapat membuat responden mampu memperoleh pengetahuan dan keterampilan. (Lestari et al., 2021; Widiyasanti & Ayriza, 2018)

Media Animasi dengan berbagai informasi mengenai pencegahan stunting yang disampaikan melalui perantara media animasi dengan gabungan warna dan tulisan yang dibuat menarik dan jelas akan memberikan minat dan menarik sasaran

yaitu remaja, sehingga penelitian ini juga membuktikan bahwa adanya peningkatan yang bermakna secara statistik pada hasil pengetahuan sebelum diberikan intervensi media animasi dan setelah diberikan intervensi media animasi tentang pencegahan *stunting*.

2. Pengaruh pemberian media iklan layanan masyarakat terhadap peningkatan pengetahuan remaja tentang pencegahan *stunting* di SMA Negeri 1 Ngoro

Hasil uji Wilcoxon menunjukkan nilai p value 0,000 berarti nilai p value <0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa media Iklan layanan masyarakat efektif atau berpengaruh dalam meningkatkan pengetahuan pada remaja tentang pencegahan *stunting*.

Peningkatan pengetahuan tersebut diartikan sebagai hasil dari penyuluhan kesehatan dengan media Iklan layanan masyarakat, karena karakteristik responden adalah sama, Pemilihan dan penggunaan media merupakan salah satu komponen yang penting (Yasya, 2021). Menurut (Maulana, 2019) pancaindera yang banyak menyalurkan pengetahuan ke otak adalah mata (kurang lebih 75%-87%) sedangkan (13%-25%).

Pengetahuan manusia diperoleh dan disalurkan melalui pancasindera yang lain. Media seharusnya mampu merangsang atau memasukan informasi akan semakin mudah. Media iklan layanan masyarakat memberikan rangsangan melalui mata dan telinga. Perpaduan saluran informasi melalui mata yang mencapai 75% dan telinga 13% akan memberikan rangsangan yang cukup baik sehingga dapat memberikan hasil yang optimal.

Pemilihan audiovisual sebagai media penyuluhan kesehatan dapat diterima baik oleh responden. Media iklan layanan masyarakat menawarkan penyuluhan yang lebih menarik dan tidak monoton. Pada saat pelaksanaan penelitian, karena media ini terbilang baru sebagian responden mempunyai keingintahuan yang besar terhadap isi media iklan layanan masyarakat dan melihat media iklan layanan masyarakat sampai selesai dengan serius.(Nisa, 2015)

3. Perbedaan antara pemberian media animasi dan media iklan layanan masyarakat terhadap peningkatan pengetahuan remaja tentang pencegahan *stunting* di SMA Negeri 1 Ngoro

Hasil uji Mann Whitney sebesar 0,001, karena nilai Sig. sebesar 0,001 atau p-value <0,05 maka dapat dikatakan ada perbedaan yang signifikan antara pemberian media animasi dibandingkan dengan media iklan layanan masyarakat. Sedangkan, nilai rata-rata kelompok media animasi 34,17 dan nilai rata-rata kelompok media iklan layanan masyarakat 50,83. Hal ini berarti media iklan layanan masyarakat lebih efektif dibandingkan media animasi.

Penyampaian informasi dipengaruhi oleh metode dan media yang digunakan yang mana metode dan media penyampaian informasi dapat memberikan efek yang signifikan terhadap peningkatan pengetahuan. Ini bisa dilihat dari hasil analisis penelitian diatas yang menunjukkan terjadi peningkatan pengetahuan sebelum dan sesudah diberikan intervensi media tentang pencegahan *stunting*, hal ini membuktikan bahwa media penyuluhan efektif digunakan untuk meningkatkan pengetahuan responden tentang pencegahan *stunting*. (Mediani, 2020).

Sedangkan menurut Hamtiah (2021) media merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan pembelajaran. Melalui media proses pembelajaran bisa lebih menarik dan menyenangkan. Dengan menggunakan media audio visual sangat membantu dalam belajar. Aspek penting lainnya penggunaan media adalah membantu memperjelas pesan pembelajaran. Informasi yang disampaikan secara lisan terkadang tidak dipahami sepenuhnya, terlebih apabila kurang cukup dalam menjelaskan materi.(Hamtiah et al., 2012). Disinilah peran media sebagai alat bantu memperjelas pesan pembelajaran. Media Iklan Layanan masyarakat dapat menyajikan apa yang tidak dapat dialami langsung oleh responden, hal ini karena media audio visual menghadirkan situasi nyata dari informasi yang disampaikan untuk menimbulkan kesan yang mendalam. Selain mempercepat proses belajar dengan bantuan media audio visual mampu meningkatkan taraf kecerdasan dan mengubah sikap pasif dan statis kearah sikap aktif dan dinamis (Nisa, 2015). Media Animasi merupakan kumpulan gambar yang diolah sedemikian rupa sehingga menghasilkan gerakan namun pesan yang disampaikan menimbulkan kesan yang tidak nyata (Lestari et al., 2021)

Peningkatan ini terjadi karena media iklan layanan masyarakat pesan yang disampaikan lebih efisien dan gambar yang bergerak dapat mengkomunikasikan pesan dengan nyata. Disamping itu juga dimungkinkan karena setting yang ditampilkan dalam media iklan layanan masyarakat dapat menggambarkan seolah-olah seperti ada di lingkungan sekitar kita, lebih diperagakan secara jelas oleh manusia dan dimungkinkan juga karena penyampaian pesan melalui media iklan layanan masyarakat mampu menggabungkan elemen isi pesan dengan elemen gerak, warna,suasana dan demonstrasi secara bersamaan, sehingga penyampaian pesan media iklan layanan masyarakat menjadi mudah dimengerti oleh responden. Media Iklan layanan masyarakat merupakan media yang tidak hanya memiliki tampilan yang menarik, tetapi juga membuat informasi yang diberikan lebih bertahan lama pada daya ingat dan membuat penerima pesan merasa tertarik untuk memahami informasi yang disampaikan oleh media tersebut

E. PENUTUP

Hasil penelitian Pengaruh Media Animasi dan Media Iklan layanan masyarakat Terhadap Peningkatan Pengetahuan Tentang Pencegahan *Stunting* Pada Remaja di SMA Negeri 1 Ngoro Kabupaten Mojokerto Tahun 2023. Terdapat pengaruh pemberian media animasi terhadap peningkatan pengetahuan remaja tentang pencegahan *stunting*. Terdapat pengaruh pemberian media iklan layanan masyarakat terhadap peningkatan pengetahuan remaja tentang pencegahan *stunting*. Terdapat perbedaan antara pemberian media animasi dan iklan layanan masyarakat terhadap peningkatan pengetahuan remaja tentang pencegahan *stunting* Pihak Sekolah Disarankan agar bisa mengaplikasikan media iklan layanan masyarakat sebagai suatu media baru dalam proses penyampaian informasi di sekolah sehingga bisa memberikan hiburan pada remaja agar proses penyampaian informasi tidak monoton dan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Bagi Peneliti lanjutan Disarankan agar meneliti tentang keefektifan media promosi kesehatan lain, tidak hanya tentang pengetahuan tentang pencegahan *stunting* saja, sehingga media promosi kesehatan semakin berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, S., & Fadhly, R. (2022). PERKAWINAN USIA MUDA DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERKAWINAN DI INDONEISA. *Lex Lectio : Jurnal Kajian Hukum*, 01(01), 1–23.
- Contesa, A. Y., Wathan, F. M., & Yunola, S. (2022). Hubungan Pengetahuan, Lama Menstruasi dan Status Gizi dengan Kejadian Anemia pada Mahasiswi Kebidanan Reguler di Universitas Kader Bangsa Palembang Tahun 2022. *Jurnal Doppler*, 6(1), 88–97.
- Friska Armynia Subratha, H. (2020). Gambaran Tingkat Pengetahuan Remaja Putri Tentang Anemia Di Tabanan. *Jurnal Medika Usada*, 3(2), 48–53. <https://doi.org/10.54107/medikausada.v3i2.75>
- Hamtiah, S., Dwijatmiko, S., & Satmoko, S. (2012). Efektivitas Media Audio Visual (Video) Terhadap Tingkat Pengetahuan Petani Ternak Sapi Perah Tentang Kualitas Susu Di Desa Indrokilo Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang. *Animal Agriculture Journal*, 1(2), 322–330. <http://www.ejurnal.poltekkes-tjk.ac.id/index.php/JK/article/view/1263>
- Lestari, Y. D., Herawati, Permatasari, L., & Hamidah, N. (2021). Pengaruh Pendidikan Kesehatan Reproduksi Remaja melalui Media Animasi terhadap perubahan Pengetahuan dan Sikap pada Siswi SMP di Pondok Pesantren Nurul Jadid. *Midwifery Journal*, 3(1), 1–9. <http://ovari.id/index.php/ovari/article/download/32/54>
- Mediani, H. S. (2020). Predictors of Stunting Among Children Under Five Year of Age in Indonesia: A Scoping Review. *Global Journal of Health Science*, 12(8), 83. <https://doi.org/10.5539/gjhs.v12n8p83>
- Nisa, N. K. (2015). Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Dalam Pemasaran Sosial. *Jurnal Interaksi*, 4(2), 158–164.
- Reny, N., & Indriani, M. (2020). EDUWHAP Remaja Siap Cegah Stunting Dalam Wadah Kumpul Sharing Remaja. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 494–501. <file:///C:/Users/HP/Downloads/Documents/458-1-1543-1-10-20210127.pdf>
- Setiawati, D., Ulfa, L., & Kridawati, A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kesehatan terhadap Sikap Remaja tentang Kesehatan Reproduksi. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 11(04), 322–328. <https://doi.org/10.33221/jikm.v11i04.1453>
- Widiyasanti, M., & Ayriza, Y. (2018). Pengembangan Media Video Animasi Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Dan Karakter Tanggung Jawab Siswa Kelas V. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 9(1), 1–16. <https://doi.org/10.21831/jpk.v8i1.21489>