



**Effectiveness Of Whatsapp Medium As The Health Promotion Medium
About Breast Milk**

Mitra Asriani Amin¹, Rusnawati²

¹*Departemen of midwifery, Stikes Panrita Husada Bulukumba, Indonesia*

²*Departemen of midwifery, Stikes Panrita Husada Bulukumba, Indonesia*

Corresponding Author : Mitra Asriani

Email: mitra.asrianiamin@gmail.com

ABSTRAC

The development of health promotion media in the management of disease prevention has been carried out. The limited use of commonly used health promotion media (leaflets, flipcharts, brochures, etc) and the emergence of the development of new internet-based information media provide hope for the development of further health promotion. This study aims to determine whether the Whatsapp medium influences the knowledge of mothers regarding exclusive breastfeeding. This study used a quasi-experimental design with group pre-test and post-test design. Using 50 samples selected by purposive sampling technique. Based on the results of the Wilcoxon signed-rank test, the average knowledge of exclusive breastfeeding before being given intervention is 3.44, this average knowledge increased by 3.88 points, reaching 7.32 with a p-value of 0,000 after being intervened using the Whatsapp medium. Knowledge about breastfeeding before being given intervention with Whatsapp medium was 5.10 and increased by 5.3 points after being given an intervention so that it reached 10.40 with a P-value of 0,000 or <of 0.05. the conclusion that can be drawn from this research is that WhatsApp social media is very effectively used as a health promotion media.

Keywords: Health Promotion Media, WhatsApp, Exclusive Breastfeeding

I. PENDAHULUAN

Promosi kesehatan dalam ilmu kesehatan masyarakat (*Health Promotion*) mempunyai dua pengertian. Pengertian yang pertama adalah sebagai bagian dari tingkat pencegahan penyakit, dalam konteks ini adalah peningkatan kesehatan. Sedangkan pengertian yang kedua, promosi kesehatan diartikan sebagai upaya memasarkan, menyebarluaskan, mengenalkan atau “menjual” kesehatan, sehingga masyarakat “menerima” atau “membeli” (dalam arti menerima perilaku kesehatan) atau “mengenal” pesan – pesan kesehatan tersebut. Yang akhirnya masyarakat mau berperilaku hidup sehat (Notoatmodjo, 2010). Pengembangan media promosi kesehatan dalam manajemen pencegahan penyakit sudah banyak dilakukan. Akan tetapi pemberian informasi khusus pada ibu masih sedikit dilakukan. Penekanan promosi kesehatan terletak pada upaya pendidikan kesehatan melalui media koran, radio, televisi, leaflet, majalah, poster, brosur dan lainnya. Namun medium ini masih terbatas penggunaannya (Suhertusi & Nurjasmi, 2015).

Memberikan edukasi atau promosi kesehatan mengenai ASI eksklusif sangatlah penting mengingat di Indonesia, Salah satu penyebab kematian yang terjadi pada bayi yaitu masalah gizi terutama berkaitan dengan ASI. Adapun di Kabupaten Bulukumba sendiri pencapaian ASI Eksklusif sebesar 62,1% dari 2.908 bayi pada tahun 2016, dan di Puskesmas bontobangun pencapaian ASI Eksklusif hanya sebesar 42,2% dari 322 bayi. (Dinas kesehatan kota makassar, 2016)(Bulukumba, 2016). Masyarakat saat ini tidak hanya diterpa informasi melalui media televisi, koran, radio saja. Perkembangan media baru yang berbasis pada internet telah sangat memengaruhi pola konsumsi media pada masyarakat Indonesia. Media sosial merupakan yang paling sering diakses oleh pengguna internet. Pengguna media sosial bisa disadari motif untuk bersosialisasi, mencari informasi, pengguna media sosial biasanya saling *sharelink* ataupun share pengetahuan dan pengalaman yang bisa dijadikan rujukan bagi pengguna lain. (Kurniasari & Fatma, 2016).

Keterbatasan penggunaan media promosi kesehatan yang biasa digunakan (leaflet, flipchart, brosur dll) dan munculnya perkembangan media informasi baru berbasis internet memberi harapan bagi perkembangan promosi kesehatan selanjutnya, karena itu penulis tertarik melakukan penelitian mengenai efektivitas medium whatsapp sebagai media promosi kesehatan tentang ASI.

II. METODE PENELITIAN

Lokasi dan Rancangan Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah kerja Puskesmas Bontobangun Kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba Sulawesi Selatan. Penelitian ini menggunakan desain penelitian quasi eksperimental dengan rancangan pre-test dan post-test grup.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh ibu hamil yang terdapat di wilayah kerja Puskesmas Bontobangun Kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba. Sampel sebanyak 50 orang yang dipilih dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria inklusi yaitu: ibu hamil pertama, kondisi serta kehamilan ibu normal, ibu dapat berkomunikasi dengan baik, ibu bisa membaca dan menulis, serta bisa menggunakan *smartphone* dan aplikasi media sosial whatsapp.

Metode Pengumpulan Data

Sampel dikumpulkan oleh peneliti kemudian diberikan kuisisioner yang berisi 20 pertanyaan seputar ASI eksklusif untuk mengukur pengetahuan responden. Setelah data pretest didapatkan sampel kemudian diberi intervensi. intervensi yang diberikan berupa pesan singkat mengenai ASI eksklusif menggunakan aplikasi media sosial grup Whatsapp. Setelah intervensi dilakukan sampel kemudian kembali diberi kuisisioner untuk mendapatkan data posttest.

Analisis Data

Setelah data pre-test dan post-test yang didapatkan akan diolah dengan rumus uji wilcoxon signed rank test untuk mengetahui perubahan pengetahuan sebelum dan sesudah diberi intervensi. Penghitungan data dengan kedua uji ini menggunakan aplikasi SPSS 16.0.

III. HASIL

Berdasarkan tabel 1 Dari 50 orang responden, Jika dilihat berdasarkan karakteristik umur responden terbanyak berada pada kisaran umur 20 – 29 tahun yaitu sebesar 88%. Mayoritas responden tidak bekerja atau ibu rumah tangga yaitu sebesar 86%. Untuk tingkat pendidikan paling banyak berpendidikan SMA yaitu sebesar 74%.

Tabel 1. Karakteristik Sampel Penelitian

Karakteristik	Whatsapp	
	N	%
Umur		
<20	6	12%
20-29	44	88%
>30	0	0%
Pekerjaan		
Bekerja	7	14%
Tidak bekerja	43	86%
Tingkat Pendidikan		
SD	4	8%
SMP	6	12%
SMA	37	74%
S1	3	6%
Total	50	100%

Dari tabel 2 bisa dilihat hasil uji statistic wilcoxon signed rank test didapatkan rerata pengetahuan mengenai ASI Eksklusif sebelum diberikan intervensi adalah 3,44 rerata pengetahuan ini meningkat sebesar 3,88 poin sehingga mencapai 7,32 dengan nilai p value sebesar 0,000. setelah diberi intervensi dengan menggunakan medium leaflet. Temuan ini menunjukkan bahwa ada perbedaan bermakna sebelum dan sesudah diberikan intervensi dengan medium whatsapp. Pengetahuan mengenai ASI sebelum diberikan intervensi dengan medium whatsapp sebesar 5,10 dan meningkat sebesar 5,3 poin setelah diberi intervensi sehingga mencapai 10,40 dengan nilai P value sebesar 0,000 atau < dari 0,05.

Tabel 2. Perubahan pengetahuan sebelum dan sesudah diberikan intervensi

	Whatsapp		
	Mean		P Value
	Pre	Post	
ASI Eksklusif/TMD	3,44	7,32	0,000
ASI	5,10	10,40	0,000

IV. PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa medium Whatsapp yang digunakan memberi pengaruh yang bermakna terhadap pengetahuan ibu mengenai ASI eksklusif. Perubahan pengetahuan setelah diberi intervensi dengan media sosial whatsapp sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hayat (2017) yang berjudul “perbedaan efektivitas pendidikan kesehatan tatap muka dengan media sosial terhadap pengetahuan keluarga skizofrenia” dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa ada pengaruh pendidikan

kesehatan media sosial terhadap tingkat pengetahuan keluarga skizofrenia Hasil penelitian dari Cendekiawan (2015) juga menyatakan bahwa media sosial twitter efektif digunakan sebagai medi promosi kesehatan.

Media Jejaring Sosial melalui internet sangat efektif sebagai sebuah media difusi informasi yang melampaui kendala geografis maupun administratif wilayah, sehingga sangat cocok digunakan di wilayah kerja puskesmas bontobangun tempat penelitian ini dilaksanakan. Program yang memanfaatkan media sosial pertama-tama harus mempertimbangkan usia populasi yang ditargetkan untuk membantu memastikan bahwa pesan mencapai audiens yang dituju. Media Jejaring Sosial juga efektif untuk penyebaran informasi dengan sasaran remaja dan usia produktif (Laksono, 2011). Usia pengguna media sosial terbanyak berada pada rentang usia 18 – 34 tahun. Temuan ini menunjukkan bahwa teknologi baru, yang diwakili oleh media sosial, dapat mengubah pola komunikasi (Chou *et al.*, 2009). Dalam penelitian ini menargetkan ibu hamil dengan kriteria usia berada pada rentang usia tersebut sehingga penggunaan media sosial sangatlah efektif digunakan sebagai medium promosi kesehatan.

Metode media sosial whatsapp juga sangat efektif karena dengan media ini orang-orang akan lebih mudah berkomunikasi, bisa mendapatkan informasi dimana saja dan kapan saja serta bisa mencari berbagai macam referensi melalui media internet. Sedangkan dengan media leaflet informasi yang bisa dimuat sangat terbatas dan tidak semua materi bisa divisualisasikan dan leaflet juga dapat membuat orang cepat bosan. Media sosial whatsapp juga tidak hanya bisa digunakan untuk berbagi informasi melalui kata-kata tetapi bisa menggunakan berbagai fitur seperti berbagi gambar, foto, video bahkan file serta link-link situs internet lainnya sehingga bisa memuat informasi yang tak terbatas. Fitur-fitur ini jugalah yang membuat media sosial whatsapp lebih menarik dibandingkan dengan media leaflet yang tidak dapat menstimulir efek suara serta efek gerak sehingga bagi sebagian besar orang dianggap sebagai media yang membosankan (Nasution, 2010; Aryana & Suyasa, 2012).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa promosi kesehatan dengan menggunakan whatsapp bisa meningkatkan pengetahuan ibu, terutama dengan keunggulam whatsapp yang memiliki berbagai fitur-fitur yang menarik menjadikannya lebih efektif dibandingkan dengan media lain. Dengan adanya media – media baru yang bisa digunakan sebagai sarana promosi kesehatan diharapkan agar pemerintah dan juga petugas kesehatan lainnya lebih gencar

melakukan promosi kesehatan dengan kreatif dan inovatif dengan memanfaatkan media-media informasi yang semakin maju.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryana, I. K. and Suyasa, I. N. G. (2012) 'Efektifitas media cetak dan media elektronik dalam promosi kesehatan terhadap peningkatan pengetahuan dan perubahansikap siswa SD', *Jurnal Kesehatan Lingkungan*, (3), pp. 29–39.
- Bulukumba (2016) *profil dinas kesehatan kabupaten bulukumba*.
- Chou, W. S. *et al.* (2009) 'Social Media Use in the United States : Implications for Health Communication', *Journal Of Medical Internet Research*, 11. doi: 10.2196/jmir.1249.
- Dinas kesehatan kota makassar (2016) *No Title*.
- Kurniasari, andra fatma (2016) 'Pengaruh terpaan iklan layanan masyarakat, penggunaan media sosial facebook, dukungan keluarga, dukungan lingkungan kerja terhadap tingkat keberhasilan ibu bekerja memberi asi eksklusife', 5(2), pp. 146–158.
- Laksono, A. D. (2011) 'Melalui Jejaring Sosial (Studi Kasus Pada “ Forum Jejaring Peduli Aids”)', 14(4), pp. 358–365.
- Nasution, N. A. H. (2010) 'Efektivitas Media Promosi Kesehatan (Leaflet) Dalam Perubahan Pengetahuan dan Sikap Ibu Hamil Tentang Inisiasi Menyusu Dini (IMD) dan ASI Eksklusif di Kecamatan Padangsidimpuan Selatan Kota Padangsidimpuan', (Imd).
- Notoatmodjo, S. (2010) *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasi*. revisi 201. rineka cipta.
- Suhertusi, B. and Nurjasmi, E. (2015) 'Pengaruh Media Promosi Kesehatan tentang ASI Eksklusif terhadap Peningkatan Pengetahuan Ibu di Wilayah Kerja Puskesmas Lubuk Begalung Padang Tahun 2014', *Jurnal Kesehatan Andalas*, 4(1), pp. 17–22. Available at: <http://jurnal.fk.unand.ac.id/index.php/jka/article/download/177/172>.