



PENGARUH PROMOSI KESEHATAN MENGGUNAKAN MEDIA VIDEO TERHADAP PENGETAHUAN VAKSIN COVID-19 PADA ANGGOTA SAKA BAKTI HUSADA KOTA BANDUNG TAHUN 2021

Juju Juhaeriah, Dedi Nurhanes
FITKes, Universitas Jenderal Achmad Yani Cimahi
nala_snonk@yahoo.co.id

ABSTRAK

Media promosi video merupakan cara penyampaian informasi yang baik karena video dapat diakses oleh lebih dari satu indera manusia, terutama pendengaran dan penglihatan. Video bisa membuat orang fokus pada materi promosi karena gerakannya yang membuat mata fokus melihat gerakan daripada hanya gambar diam yang cenderung monoton. Media video dalam promosi kesehatan, diharapkan responden dapat memahami pengetahuan tentang vaksin COVID-19. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh promosi kesehatan menggunakan media video terhadap pengetahuan tentang vaksin COVID-19 pada anggota Saka Bakti Husada Kota Bandung. Desain penelitian yang digunakan *pra eksperimen* dengan *one group pre-test-post- desain tes*. Sampel penelitian sebanyak 50 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah total sampling. Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan uji t berpasangan univariat dan bivariat *non parametik Wilcoxon* pada taraf signifikan 5%. Hasil penelitian menunjukkan tingkat pengetahuan sebelum menonton video Vaksin COVID-19 berupa pengetahuan baik 2%, pengetahuan cukup 42%, pengetahuan kurang 56,0%, dan setelah menonton video Vaksin COVID-19 terjadi peningkatan dalam pengetahuan menjadi 80% pengetahuan baik dan 20% pengetahuan cukup. Hasil uji t berpasangan *wilcoxon non parametik* menunjukkan nilai $p = 0,000 < 0,005$ artinya terdapat perbedaan rata-rata pengetahuan yang signifikan sebelum dan sesudah diberikan promosi kesehatan..

Kata Kunci : COVID-19, Vaksin, Promosi Kesehatan

ABSTRACT

Background: Video promotion media is a good way of conveying information because video can be accessed by more than one human sense, especially hearing and sight. Video can make people focus on promotional materials because the movement makes the eye focus on seeing the movement rather than just a still image that tends to be monotonous. With video media in health promotion, it is hoped that respondents can understand knowledge about the COVID-19 vaccine. The purpose of the study was to determine the effect of health promotion using video media on knowledge about the COVID-19 vaccine among members of Saka Bakti Husada, Bandung City. **Method:** The research design used was pre-experimental with one group pre-test-post-test design. The research sample consisted of 50 respondents. The sampling technique used is total sampling. Research data was collected using a questionnaire. Data analysis used the univariate and non-parametric Wilcoxon paired t test at a significant level of 5%. **Result and Conclusion:** The results showed that the level of knowledge before watching the COVID-19 Vaccine video was 2% good knowledge, 42% sufficient knowledge, and 56.0% less knowledge, and after watching the COVID-19 Vaccine video, there was an increase in knowledge to 80% good knowledge and 20% enough knowledge. The results of the non-parametric Wilcoxon paired t test showed a p value = 0.000 < 0.005, meaning that there was a significant difference in average knowledge before and after health promotion was given.

Keywords: COVID-19, Vaccines, Health Promotion



PENDAHULUAN

Jumlah kasus Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) ada tanggal 21 Juni 2021 di seluruh dunia telah melampaui 179 juta kasus, tepatnya mencapai 179.238.118. Indonesia masih menjadi negara dengan jumlah kasus dan angka kematian tertinggi di dunia, dengan jumlah 2.004.445 kasus yang dikonfirmasi dan 54.956 kematian dilaporkan ke WHO. Kemudian di Jawa Barat dengan 347.287 kasus dikonfirmasi dan 4.647 kematian, dilihat dari pusat informasi COVID-19 Kota Bandung jumlah kasus di Kota Bandung 22.295 kasus terkonfirmasi dan 377 kematian yang artinya ada penambahan kasus di Kota Bandung.¹

COVID-19 dapat menyebar dari orang ke orang lain melalui percikan-percikan atau droplet dari hidung dan mulut yang keluar saat orang yang terjangkit COVID-19 batuk atau mengeluarkan napas. Upaya yang harus dilakukan oleh masyarakat dalam mencegah dan memutus mata rantai penyebaran COVID-19 yaitu dengan mengikuti Vaksin COVID-19 dan melaksanakan 6M (Memakai Masker, Menjaga Bersihan Tangan, Menjaga Jarak, Mengurangi Mobilitas, Menjaga Pola Makan Sehat dan Istirahat Cukup, dan Menjauhi kerumunan).²

Vaksin merupakan produk biologi yang berisi antigen berupa mikroorganisme virus yang sudah mati atau masih hidup yang dilemahkan, masih utuh atau bagiannya, atau berupa toksin mikroorganisme yang telah diolah menjadi toksoid atau protein rekombinan, yang ditambahkan dengan zat lainnya, yang bila diberikan kepada seseorang akan menimbulkan kekebalan spesifik secara aktif terhadap suatu penyakit tertentu (Kemenkes RI, 2020).³

Hasil data cakupan vaksin yang diperoleh dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia hingga 21 Juni 2021 sebanyak 40.349.049 dosis vaksin COVID-19 telah disuntikan, cakupan ini sudah termasuk dosis pertama 23.265.773 dan dosis kedua 12.320.386 baik tenaga kesehatan, petugas publik, lansia dan masyarakat umum dengan kapasitas penyuntikan dosis per harinya sebanyak 500 ribu orang. Indonesia sendiri termasuk pada negara posisi kedelapan dari 60 negara yang telah melakukan vaksin. Akan tetapi, banyak masyarakat yang menolak berpartisipasi dalam program ini sehingga

menambah daftar panjang tantangan program vaksin pemerintah yang diprediksi baru akan selesai 10 tahun ke depan. Penolakan terhadap Vaksin COVID-19 sebetulnya menunjukkan masih kuatnya fenomena yang muncul yaitu anti-vaksin di Indonesia dan juga di dunia secara umum. Faktor yang melatarbelakangi biasanya berbeda-beda di setiap negara karena berkaitan dengan kondisi sosial budaya setempat, agama dan kurangnya informasi mengenai vaksin COVID-19. Salah satu alasan penolakan terhadap vaksin di Indonesia adalah penolakan vaksin COVID-19 paling umum adalah terkait dengan keamanan vaksin (30%), keraguan terhadap efektifitas vaksin (22%), ketidakpercayaan terhadap vaksin (13%), kekhawatiran adanya efek samping seperti demam dan nyeri (12%), dan alasan keagamaan (8%).²

Pendekatan kelompok anti-vaksin, sebagaimana kegiatan imunisasi beberapa penyakit menular sebelumnya yang telah membawa banyak pro dan kontra terhadap kehalalan dan menimbulkan banyak kelompok anti Vaksin, Vaksin COVID-19 mengharuskan pemangku kepentingan untuk mengadopsi strategi promosi kesehatan seperti advokasi, dukungan sosial, dan pemberdayaan masyarakat.

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk mensosialisasikan tentang vaksin supaya masyarakat lebih memahami tentang vaksin COVID-19 salah satunya dengan melakukan promosi kesehatan dengan media yang lebih menarik. Media promosi melalui video merupakan cara pemberian informasi yang sangat baik karena media video mampu diakses lebih dari satu indera manusia, khususnya pendengaran dan penglihatan. Semakin banyak indera yang berperan dalam proses penerimaan pesan, maka penerimaan pesan semakin cepat dan mudah ditangkap. Media seperti video dapat mengatasi keterbatasan ruang dan waktu.⁵

Melalui media video, masyarakat dapat diajak melihat proses penyebaran COVID-19 dan alur pelaksanaan vaksin COVID-19, atau mendengar penjelasan dari narasumber secara langsung mengenai pengetahuan tentang COVID-19 dan Vaksin COVID-19. Efek gambar yang bergerak tentu saja akan memberikan pengalaman belajar yang lebih kaya dibanding hanya melalui gambar



diam seperti pada leaflet. Media video yang digunakan dalam promosi kesehatan, maka masyarakat akan cepat memahami tentang COVID-19 dan vaksin COVID-19. Selain itu, media video juga bisa membuat masyarakat fokus dengan materi promosi karena adanya gerakan yang membuat mata menjadi fokus untuk melihat ke arah gerakan dibanding hanya gambar diam yang cenderung monoton.⁶

Hasil survei pendahuluan yang dilakukan sekitar bulan April 2021 kepada 18 orang anggota Saka Bakti Husada Kota Bandung, Mendapatkan hasil 17.65% paham dengan COVID-19 dan Vaksin COVID-19, 29.41% kurang paham dengan COVID-19 dan Vaksin COVID-19, 58.82% belum memahami tentang COVID-19 dan Vaksin COVID-19, dikarenakan banyak informasi COVID -19 atau vaksin yang beredar di kalangan masyarakat saat ini sulit untuk dipahami dan dimengerti oleh masyarakat.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan tersebut, tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi kesehatan menggunakan media video terhadap pengetahuan tentang vaksin COVID- 19 pada anggota Saka Bakti Husada Kota Bandung tahun 2021.

METODE

Desain penelitian ini adalah *quasi eksperimen*, dengan pendekatan rancangan *desain one group pre test - post test design*. Variabel yang digunakan untuk pengukuran *pre-test dan post-test* yaitu variabel pengetahuan tentang vaksin COVID-19. ⁶ Variabel independen dalam

penelitian ini adalah media video dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengetahuan anggota Saka Bakti Husada tentang Vaksin COVID-19.

Populasi dalam penelitian ini yaitu anggota Saka Bakti Husada Kota Bandung sebanyak 50 orang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian yaitu total sampling. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner pengetahuan tentang vaksin COVID-19 menggunakan *skala Guttman*. Media video mengenai vaksin COVID-19 dengan panjang durasi kurang lebih 8 menit yang dibuat oleh peneliti. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara responden bergabung dalam *zoom meeting* yang dibuat oleh peneliti. Responden secara bersamaan diberikan *pre-test* tentang pengetahuan vaksin COVID-19 melalui *link google form*, kemudian dilakukan intervensi dengan menggunakan media video tentang vaksin COVID-19. Sesudah intrvensi selesai, peneliti memberikan kuesioner *post-test* kepada responden.

Uji validitas dilakukan di Kwartil Ranting Gerakan Pramuka Sukasari Bandung, hasil koefisien reliabilitas instrumen pengetahuan tentang vaksin COVID-19 yaitu sebesar 0,900, yang berarti instrumen ini dinyatakan memenuhi syarat atau reliable. Analisis data yang digunakan yaitu analisis univariat dan analisis bivariat. Uji statistik yang digunakan adalah *Uji Paired t Test*, dengan rancangan *pre-post*, atau membandingkan nilai rata-rata *pre-test* dan nilai rata-rata *post-test* dalam satu sampel.⁷

HASIL

1. Analisis Univariat

a. Statistik Deskriptif

Tabel 1. Pengetahuan Anggota Saka Bakti Husada Kota Bandung Sebelum dan Sesudah Menonton Video Vaksin COVID-19 Tahun 2021.

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Tingkat Pre Test	50	40	36	76	55,56	10,343	106,986
Tingkat Pos Test	50	40	60	100	84,06	12,826	164,507
Valid N (listwise)	50						

Berdasarkan tabel 1, pengetahuan Anggota Saka Bakti Husada Kota Bandung tahun 2021 diketahui sebelum menonton video Vaksin COVID-19, memiliki nilai rata-rata sebesar 55,56 dan sesudah menonton video Vaksin COVID-19 memiliki nilai rata-rata sebesar 84,06.



b. Tingkat Pengetahuan Anggota Saka Sebelum Menonton Video

Tabel 2. Tingkat Pengetahuan Sebelum Menonton Video

Tingkat Pengetahuan	Jumlah	Persentase (%)
Baik	1	2
Cukup	21	42
Kurang	28	56
Total	50	100

Berdasarkan tabel 2 Anggota Saka Bakti Husada Kota Bandung tahun 2021 diketahui sebelum menonton video vaksin COVID-19, 28 orang (56%) memiliki pengetahuan yang kurang mengenai vaksin COVID-19.

c. Tingkat Pengetahuan Anggota Saka Sesudah Menonton Video

Tabel 3. Tingkat Pengetahuan Sesudah Menonton Video

Tingkat Pengetahuan	Jumlah	Persentase (%)
Baik	40	80
Cukup	10	20
Total	50	100

Hasil penelitian pada tabel 3 menunjukkan data sesudah menonton video Vaksin COVID-19 pengetahuan anggota Saka Bakti Husada mayoritas menjadi baik yaitu 40 orang (80%).

2. Analisis Bivariat

Tabel 4. Hasil Analisis Pengaruh Media Vidio Terhadap Pengetahuan Vaksin COVID-19 Pada Anggota Saka Bakti Husada Kota Bandung tahun 2021

Pre-test	Post-test				Total	
	Pengetahuan baik		Pengetahuan Cukup		F	%
	F	%	F	%	F	%
Pengetahuan Baik	1	2,0%	0	0%	1	2,0%
Pengetahuan Cukup	19	38,0%	2	4,0%	21	42,0%
Pengetahuan Kurang	20	40,0%	8	16,0%	28	56,0%
Jumlah	40	80,0%	10	20,0%	50	100,0%

Paired T test Sig 0,000 α = 0,05

Hasil analisis data pada tabel 4 menunjukkan bahwa dari 50 responden, sebelum menonton video Vaksin COVID-19 sebagian besar responden memiliki pengetahuan kurang sebanyak 28 orang (56,0%), meningkat menjadi pengetahuan baik sebanyak 40 orang (80,0%) dan pengetahuan cukup berkurang menjadi 10 orang (20,0%). Dari hasil uji *Paired T non Parametik/Wilcoxon* menunjukkan ada pengaruh karena nilai

$sig = 0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis diterima “. Artinya ada pengaruh video terhadap pengetahuan Vaksin COVID-19 melalui *Pre-test* dan *Post-test*, sehingga dapat disimpulkan bahwa “ ada pengaruh penggunaan media video terhadap pengetahuan Vaksin COVID-19 pada anggota Saka Bakti Husada Kota Bandung tahun 2021.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 50 responden, sebelum menonton video Vaksin COVID-19 sebagian besar responden memiliki

pengetahuan kurang sebanyak 28 orang (56,0%), meningkat menjadi pengetahuan baik sebanyak 40 orang (80,0%) dan pengetahuan



cukup berkurang menjadi 10 orang (20,0%). Hasil uji *Paired T non Parametik/ Wilcoxon* menunjukkan ada pengaruh karena nilai $\text{sig} = 0,001 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa “Hipotesis diterima “. Artinya ada pengaruh video terhadap pengetahuan Vaksin COVID -19 melalui *Pre-test* dan *Post-test*, sehingga dapat disimpulkan bahwa “ ada pengaruh penggunaan media video terhadap pengetahuan Vaksin COVID -19 pada anggota Saka Sakti Husada Kota Bandung tahun 2021”. Hal ini sejalan dengan penelitian Hamimah tahun 2019 menunjukkan hasil Uji Wilcoxon yang telah dilakukan oleh peneliti diperoleh nilai signifikansi $P = 0,000$ ($p < 0,05$) dan menunjukkan bahwa ada perbedaan pengetahuan ibu tentang stunting sebelum dan sesudah penyuluhan kesehatan melalui media video explainer berbasis Sparkol Videoscribe. Media video explainer berbasis sparkol videoscribe dapat menjadi inovasi baru dalam pengembangan media promosi kesehatan di era yang serba teknologi ini. Salah satunya dapat dimanfaatkan sebagai media promosi dalam kegiatan penyuluhan kesehatan tentang pencegahan stunting.⁸

Sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Lubis tahun 2018 menunjukkan perubahan pengetahuan dan sikap dilihat dari pengaruh yang didapatkan melalui analisis bivariat menggunakan uji Wilcoxon. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan sikap pada kelompok eksperimen setelah diberikan perlakuan berdasarkan hasil pretest dan posttest. Nilai rata-rata pengetahuan sebelum penyuluhan 7,76 dan sesudah penyuluhan menjadi 14,38 dengan p value 0,001. Nilai rata-rata sikap dengan nilai rata-rata sebelum penyuluhan 35,93 dan sesudah penyuluhan menjadi 53,62 dengan p value 0,001. Penyuluhan kesehatan dengan menggunakan media video memiliki pengaruh terhadap peningkatan pengetahuan dan sikap remaja tentang diet sehat.⁹

Pengetahuan adalah hasil tahu dan ini terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indra manusia, yakni indra penglihatan, pendengaran, penciuman, perasa dan peraba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga.¹⁰

Media promosi kesehatan merupakan 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.¹⁰

Pada penelitian ini peneliti menggunakan media video Vaksin COVID-19 yang di buat oleh peneliti sendiri agar mudah di pahami oleh responden. Selain sebagai media penyampaian pesan, video merupakan segala sesuatu yang memungkinkan sinyal audio dapat dikombinasikan dengan gambar gerak. Kemampuan video dalam memvisualisasikan sebuah pesan menjadi gerakan motoric, ekspresi wajah, dan suasana lingkungan tertentu, merupakan suatu kelebihan dari video. Kadang juga berbentuk hiburan yang mendorong perubahan sikap dalam bidang kesehatan, yang dikemas dalam bentuk drama, cerita-cerita fiksi atau kenyataan dalam masyarakat. Video termasuk kedalam kategori AVA atau audio visual aids merupakan media yang dapat dilihat dan didengar, yang berguna dalam membantu menstimulasi indra mata (penglihatan) dan telinga pada waktu terjadinya proses penerimaan pesan. Media visual memiliki beberapa manfaat, diantaranya memudahkan seseorang mengingat, media visual memiliki hubungan antara visualisasi gambar dengan pikiran, gambar dapat mempengaruhi gairah dan emosional pembaca, selain itu juga menambah kreatifitas, memudahkan seseorang menginga, media visual memiliki hubungan antara visualisasi gambar dengan pikiran, dan gambar dapat mempengaruhi gairah dan emosional pembaca, selain itu juga menambah kreatifitas.¹¹

Anggota Saka Bakti Husada yang menjadi responden dalam penelitian ini diberikan perlakuan berupa informasi dengan media video. Media video merupakan media untuk menyampaikan pesan atau informasi yang mengarah kesosialisasi program dalam bidang kesehatan, mengutamakan pendidikan dan penerangan serta komunikasi kesehatan yang bersifat persuasiv.



KESIMPULAN

Gambaran Pengetahuan responden tentang Vaksin COVID-19 sebelum diberikan intervensi atau perlakuan dengan cara menonton video Vaksin COVID -19 pada anggota saka bakti husada kota bandung sebagian besar (56%) memiliki pengetahuan kurang tentang Vaksin COVID-19, sedangkan setelah diberikan intervensi atau perlakuan dengan cara menonton video Vaksin COVID -19 pada Anggota Saka Bakti Husada Kota Bandung ada pada kategori baik (80%) tentang Vaksin COVID -19.

Intervensi atau perlakuan melalui video Vaksin COVID-19 berpengaruh signifikan terhadap peningkatan rata-rata skor pengetahuan Anggota Saka Bakti Husada Kota Bandung. Hasil uji statistik di dapatkan $p=0,000$ maka dapat di simpulkan ada perbedaan yang signifikan rata-rata pengetahuan sebelum dan setelah di berikan intervensi atau perlakuan pada Anggota Saka Bakti Husada Kota Bandung tahun 2021.

DAFTAR PUSTAKA

1. WHO. (2020). WHO Director-General's remarks at the media briefing on 2019-nCov. <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-generals-20200311> Dikutip 5 April 2021.
2. Keputusan Direktur Jenderal Pencegahan Dan Pengendalian Penyakit Nomor Hk.02.02/4/1 /2021 Tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Vaksin Dalam Rangka
3. Kementerian Kesehatan RI. (2020) Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease (COVID-19) Kementerian Kesehatan RI. Jakarta.
4. Yuningsih, R.(2020) 'Uji Klinik Coronavac dan Rencana Vaksin Covid-19 Massal di Indonesia'. Bidang Kesejahteraan Sosial
5. Susilana. Cipi Riana. (2011). Media Pembelajaran. Bandung : CV Wacana Prima
6. Soekidjo Notoatmodjo. (2018). Metodologi Penelitian Kesehatan (III). Jakarta : Rineka Cipta.
7. Riwwiddikdo, H. (2013). Statistik Kesehatan dan Aplikasi SPSS Dalam Prosedur Penelitian. Yogyakarta : Rohima Press.
8. Hamimah. (2019). Pengaruh Penyuluhan Kesehatan Melalui Media Video Explainer Berbasis Sparkol Videoscribe Terhadap Pengetahuan Ibu Tentang Stunting, Skripsi. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
9. Muhammad Anshor Al Fauzan Lubis. (2018). Pengaruh Penyuluhan Kesehatan Menggunakan Video Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Remaja Tentang Diet Sehat Di Man 2 Model Medan, Skripsi. Universitas Sumatera Utara. Medan.
10. Soekidjo Notoatmodjo. 2010. Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku. Jakarta : Rineka Cipta.
11. Septian Emma Dwi Jatnika. 2009. Buku Ajar Pengembangan Media Promkes. Yogyakarta : K-Media.