

DOI: <http://dx.doi.org/10.33846/sf13nk316>

## Peningkatan Pengetahuan Kontrasepsi pada Calon Pengantin Melalui Komunikasi Persuasif

Ade Muzayannah

Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta; ademuzayannah@upnvj.ac.id

Agustina

Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta; tinaupn@yahoo.com  
(koresponden)

### ABSTRACT

*Public knowledge about contraception is still lacking resulting in low use of contraception. Therefore, research is needed which aims to determine the effect of contraceptive education on the knowledge of prospective brides at the KUA of Cilincing District, which will be carried out from March to June 2022. This research is an experimental study with a pretest-posttest two group design with poster and video media, involving 96 prospective brides, selected by purposive sampling technique. The collected data were analyzed using the Wilcoxon signed ranks and Mann Whitney tests. The results showed that the value of  $p = 0.000$  to test the difference in effectiveness. It was concluded that contraceptive education using video media was more effective than poster media.*

**Keywords:** future bride and groom; education; contraception; knowledge

### ABSTRAK

Pengetahuan masyarakat mengenai kontrasepsi masih sangat kurang menimbulkan rendahnya penggunaan kontrasepsi. Maka diperlukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh edukasi kontrasepsi terhadap pengetahuan calon pengantin di KUA Kecamatan Cilincing yang dilaksanakan bulan Maret-Juni 2022. Penelitian ini merupakan studi eksperimental dengan rancangan *pretest-posttest two group design* dengan media poster dan video, yang melibatkan 96 calon pengantin yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Data yang telah terkumpul dianalisis dengan uji Wilcoxon *signed ranks* dan Mann Whitney. Hasil penelitian menunjukkan nilai  $p = 0,000$  untuk uji perbedaan efektifitas. Disimpulkan bahwa edukasi kontrasepsi dengan media video lebih efektif jika dibandingkan melalui media poster.

**Kata kunci:** calon pengantin; edukasi; kontrasepsi; pengetahuan

### PENDAHULUAN

Salah satu upaya untuk mengatur kehamilan yaitu memakai alat kontrasepsi<sup>(1)</sup> yaitu upaya pencegahan kehamilan dengan menggunakan beberapa perangkat praktik seksual, obat-obatan, bahan kimia, ataupun proses pembedahan yang bersifat permanen maupun sementara<sup>(2)</sup>. Jenis metode kontrasepsi dibagi menjadi dua yaitu Metode Kontrasepsi Jangka Panjang (MKJP) terdiri dari *implant*, *Intra Uteri Devices* (IUD), vasektomi, dan tubektomi. Metode Kontrasepsi Non Jangka Panjang (Non MKJP) terdiri dari kondom, pil dan suntikan<sup>(3)</sup>.

Kontrasepsi sudah diterapkan oleh wanita di berbagai belahan dunia, lebih dari 100 negara termasuk Eropa Barat dan Amerika Serikat. Menurut PBB (2019), persentase pemakaian kontrasepsi di dunia adalah: kondom (18%), pil (15%), implant (2%), IUD (20%), vasektomi (2%) dan tubektomi (26%), suntik adalah terbanyak (31,2%)<sup>(4)</sup>. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan kontrasepsi paling banyak yaitu suntikan. Suntik menjadi metode yang sangat disukai karena kesuburan cepat kembali setelah penggunaan, dapat digunakan dari masa remaja hingga menopause dan mencegah terjadinya kehamilan<sup>(5)</sup>. Selain itu tidak menutup kemungkinan untuk menggunakan kontrasepsi jangka panjang. Metode kontrasepsi jangka panjang memiliki banyak keuntungan, efisien karena memiliki jangka waktu lama, dan aman dibandingkan dengan metode kontrasepsi jangka pendek. Sesuai hasil penelitian Born cit. Damayanti (2021) bahwa metode kontrasepsi jangka panjang bisa menjadi kontrasepsi yang lebih efektif untuk mencegah kehamilan<sup>(6)</sup>. Menurut WHO (2018) terdapat 214 juta wanita usia produktif di negara berkembang menggunakan kontrasepsi modern seperti suntikan, IUD, *implant* dan lainnya.

Berdasarkan Survei Demografi Kesehatan Indonesia pada tahun 2020 terdapat 558.445 pengguna metode kontrasepsi suntikan, 344.003 metode IUD, 324.500 metode kontrasepsi pil, 151.406 metode kontrasepsi implant, 81.726 metode kontrasepsi kondom, 58.019 metode kontrasepsi tubektomi, dan 17.786 pengguna metode kontrasepsi vasektomi. Jumlah pemakaian kontrasepsi di DKI Jakarta dari tahun 2019 mencapai 50,10% dan pada tahun 2021 mengalami penurunan yaitu hanya 47,85%<sup>(7)</sup>. BPS Kota Jakarta Utara melaporkan pada tahun 2021 terjadi penurunan pemakaian kontrasepsi di wilayah Jakarta Utara khususnya di Kecamatan Cilincing. Jumlah metode kontrasepsi suntik sebanyak 16.877, kondom sebanyak 4.585, pil sebanyak 13.355, IUD sebanyak 7.278, implant sebanyak 7.200, MOP sebanyak 1.263 dan MOW sebanyak 2.533 pengguna<sup>(8)</sup>.

Lebih dari 70% penduduk Jakarta berada pada usia produktif. Pada tahun 2021 terdapat 13.104 pasangan calon pengantin. Jakarta Utara adalah peringkat kedua setelah Jakarta Barat dengan angka perkawinan 3.150 pasangan calon pengantin<sup>(9)</sup>. Sebelum melanjutkan pada tahap pernikahan calon pengantin perlu mengikuti bimbingan pernikahan di Kantor Urusan Agama (KUA)<sup>(10)</sup>. Calon pengantin harus melakukan pemeriksaan status kesehatan, meliputi pemeriksaan suhu, nadi, tekanan darah, golongan darah, pemeriksaan urin dan pemeriksaan status imunisasi Tetanus Toksoid. Pengetahuan mengenai pemeriksaan kesehatan tersebut harus diketahui oleh calon pengantin agar mempersiapkan dirinya sebelum membangun rumah tangga. Selain itu calon pengantin juga diberikan konseling pra-nikah yang membahas mengenai kesehatan atau promosi kesehatan. Promosi kesehatan yang diberikan membahas mengenai alat kontrasepsi<sup>(11)</sup>. Kesehatan reproduksi bagi calon pengantin menjadi informasi yang lengkap meliputi penyakit menular, pencegahan Infeksi Menular Seksual (IMS), serta memahami

pengecahan dan penularan penyakit menular. Calon pengantin berhak menerima pengetahuan atau informasi mengenai program keluarga berencana yang aman dan efektif tanpa paksaan dari siapapun<sup>(12)</sup>.

Faktor yang menyebabkan penurunan pemakaian kontrasepsi pada Wanita Usia Subur salah satunya yaitu kurangnya pengetahuan mengenai macam-macam metode kontrasepsi, keamanan kontrasepsi, cara pemakaian metode kontrasepsi sesuai jenisnya, dan efek samping dari jenis metode kontrasepsi<sup>(13)</sup>. Oleh sebab itu penting diberikan edukasi agar meningkatkan pengetahuan mengenai kontrasepsi dan dapat memilih metode kontrasepsi yang tepat sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan. Penelitian yang dilakukan oleh Wayanti (2018) di wilayah kerja Puskesmas Kota Bangkalan Madura, didapatkan hasil bahwa kurangnya pengetahuan masyarakat terkait metode kontrasepsi yang tepat, dan adanya kecemasan yang beredar di masyarakat bahwa efek samping pemasangan kontrasepsi seperti pendarahan, mengurangi produksi ASI dan lainnya<sup>(14)</sup>. Penelitian Farahan (2016) di bebendem kabupaten karangasem bali menunjukkan sebesar 58,9% responden memiliki tingkat pengetahuan rendah tentang penggunaan jenis kontrasepsi, responden hanya mengetahui kontrasepsi jenis suntik (93,3%). Hasil penelitian Pramudya (2022) di Puskesmas Cilincing Jakarta Utara bahwa responden yang memiliki pengetahuan sedang dan kurang sebesar 43% dan 40% dimana rendahnya tingkat pengetahuan Wanita Usia Subur terhadap kontrasepsi Jangka Panjang IUD akan berdampak kepada minat WUS dalam menggunakan Kontrasepsi IUD<sup>(15)</sup>.

Oleh sebab itu penting diberikan edukasi untuk meningkatkan pengetahuan mengenai kontrasepsi agar pengetahuan dapat meningkat, terutama pada Calon pengantin yang akan membina menikah dan membina rumah tangga. L Bloom dalam Notoatmodjo (2012) mengatakan bahwa pengetahuan merupakan salah satu domain yang berpengaruh pada tindakan seseorang. Bila pengetahuan calon pengantin dalam kategori baik maka dapat mengambil keputusan tentang metode kontrasepsi yang akan digunakan.

Media edukasi dapat berupa poster dan audio-visual video. Media visual menstimulasi indera penglihatan dan media audio-visual dapat memberikan stimulasi terhadap indera penglihatan maupun pendengaran<sup>(16)</sup>. Poster digunakan dalam penyampaian edukasi karena memiliki kelebihan didalamnya yang berisi sejumlah kata disertai dengan gambar<sup>(17)</sup>. Pelengkap dari media yang digunakan yaitu media video. Media video dapat diberikan kepada masyarakat, karena video dapat diterima dengan mudah oleh sasaran, dapat dilihat berulang kali dan sangat menarik untuk penyampaian informasi. Selain itu juga media video cenderung lebih efektif daripada media cetak seperti poster, karena video membuat daya ingat sasaran lebih lama dengan apa yang sudah disampaikan, dapat ditonton kembali dan pesan-pesan yang terkandung sangat efektif dan sistematis<sup>(18)</sup>. Komunikasi persuasif dirancang untuk memengaruhi keyakinan atau sikap seseorang dalam menerima informasi atau pesan untuk dipahami dan diterapkan dikehidupan sehari-hari tanpa paksaan dari siapapun<sup>(19)</sup>. Adapun materi edukasi mengenai pengertian kontrasepsi, jenis-jenis metode kontrasepsi, kelebihan dan kekurangan setiap jenis metode kontrasepsi.

Lasmini (2021) melaporkan bahwa ada pengaruh pengetahuan mengenai jenis kontrasepsi sebelum dan sesudah diberikannya edukasi pada wanita usia subur melalui media video<sup>(20)</sup>. Sirvana (2021) menyatakan bahwa penggunaan poster efektif untuk meningkatkan pengetahuan responden dalam memilih alat kontrasepsi yang dibuktikan dengan nilai  $p=0,000$  dan nilai rata-rata sebelum edukasi kesehatan sebesar 38,18% meningkat menjadi 87,27%<sup>(21)</sup>. Penelitian ini akan membahas mengenai pengaruh edukasi kontrasepsi melalui komunikasi persuasif dengan media video untuk mengetahui tingkat pengetahuan calon pengantin di KUA Kecamatan Cilincing.

Berdasarkan studi pendahuluan di KUA Kecamatan Cilincing, dengan melakukan wawancara kepada sekretaris KUA Kecamatan Cilincing beliau mengatakan bahwa belum terdapat pemberian edukasi mengenai kontrasepsi melalui komunikasi persuasif dengan media poster dan video di KUA Kecamatan Cilincing. Melalui wawancara yang dilakukan kepada 10 calon pengantin, mayoritas dari mereka tidak mengetahui apa itu kontrasepsi dan jenis kontrasepsi, mereka hanya mengetahui singkatan keluarga berencana. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengetahuan calon pengantin masih kurang mengenai kontrasepsi. Calon pengantin hanya mendapatkan bimbingan pra-nikah mengenai pembahasan keluarga sakinah setelah melakukan pendaftaran.

Bimbingan edukasi mengenai kontrasepsi belum dilakukan di KUA Kecamatan Cilincing. Padahal edukasi penting dalam mempersiapkan fisik dan mental ibu dalam menghadapi kehamilan, serta mengatur jarak kehamilan. Dampak dari kurangnya pengetahuan para calon pengantin mengenai kontrasepsi, menimbulkan keinginan tidak menunda kehamilan. Jika usia calon pengantin wanita kurang dari 20 tahun bisa menimbulkan permasalahan dalam kehamilan yaitu 50% lebih tinggi mengalami lahir mati, dan bayi yang dilahirkan cenderung memiliki berat badan lahir rendah (BBLR)<sup>(22)</sup>. Maka, berdasarkan hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh edukasi kontrasepsi melalui komunikasi persuasif dengan media poster serta video terhadap pengetahuan calon pengantin di KUA Kecamatan Cilincing Tahun 2022.

## METODE

Rancangan penelitian ini adalah *quasi experiment* yakni *two group pre-test and post-test* yang dilaksanakan di KUA Kecamatan Cilincing pada Bulan Mei hingga Juni 2022. Pengambilan data dilakukan secara langsung di lingkungan KUA Kecamatan Cilincing dengan populasi rata-rata calon pengantin yang berkunjung setiap bulannya yaitu 113 orang. Sampel penelitian ini didapatkan dengan teknik sampel *purposive sampling* sebanyak 96 calon pengantin, dimana 48 responden termasuk dalam kelompok eksperimen dan 48 kelompok responden kelompok kontrol. Kriteria inklusi pada penelitian ini yaitu calon pengantin yang sudah tercatat di KUA dan bersedia mengisi kuesioner dan mengikuti penyuluhan hingga selesai. Serta kriteria eksklusinya calon pengantin yang belum terdaftar dan tidak mengisi kuesioner serta tidak bersedia mengikuti penyuluhan.

Pengambilan data primer dilakukan dengan menggunakan kuesioner lalu selanjutnya dianalisis dengan analisis univariat untuk mengetahui gambaran karakteristik responden meliputi usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan serta penghasilan. Analisis bivariat menggunakan uji Wilcoxon dan Uji Mann Whitney untuk melihat efektivitas media yang digunakan. Analisis bivariat dilakukan untuk melihat pengaruh sesudah dilakukan edukasi mengenai kontrasepsi terhadap pengetahuan calon pengantin.

Sebelum dilakukannya edukasi kontrasepsi diawali dengan pemberian *pretest*, lalu diberikan intervensi menggunakan media poster pada kelompok eksperimen dan media video pada kelompok kontrol, setelah selesai diberikan *post-test* dengan pertanyaan yang sama. Setelah dilakukan edukasi tersebut selanjutnya peneliti melakukan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS dan disajikan berupa tabel. Pengambilan data oleh tim peneliti dengan persetujuan 170/V/2022/KEPK. Dikeluarkan oleh komisi etik UPN Veteran Jakarta.

## HASIL

Hasil penelitian gambaran karakteristik responden meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan, status pekerjaan, penghasilan dan jumlah anak yang diinginkan.

Tabel 1. Karakteristik responden (n=96)

Karakteristik responden	Kelompok Eksperimen		Kelompok Kontrol	
	n	Persentase	n	Persentase
Usia				
• < 21 Tahun	3	6,3	5	10,4
• 21-35 Tahun	40	83,3	43	89,6
• 35 Tahun	5	10,4	0	0
Jenis Kelamin				
• Laki-Laki	22	45,8	26	54,2
• Perempuan	26	54,2	22	45,8
Pendidikan Terakhir				
• Dasar (SD/MI dan SMP/MTs)	11	22,9	4	8,3
• Menengah (SMA/SMK)	24	50	29	60,4
• Tinggi (Diploma, Sarjana, Magister, dll.)	13	27,1	15	31,3
Pekerjaan				
• PNS	1	2,1	0	0
• Pegawai Swasta	22	45,8	19	39,6
• Wiraswasta	7	14,6	10	20,8
• Pengusaha	2	4,2	0	0
• Lainnya	16	33,3	19	39,6
Penghasilan				
• ≤UMR (4.400.000)	25	52,1	27	56,3
• >UMR (4.400.000)	23	47,9	21	43,8

Berdasarkan tabel 1 hasil penelitian menunjukkan, Mayoritas calon pengantin berusia 21-35 tahun, pada kelompok eksperimen (83,3%), pada kelompok kontrol (89,6%). Mayoritas jenis kelamin (54,2%) perempuan untuk kelompok eksperimen dan (54,2%) laki-laki pada kelompok kontrol. Sebagian besar status pendidikan kelompok eksperimen dan kontrol memiliki jenjang menengah (SMA/SMK). Responden pada penelitian ini mayoritas memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 22 orang (45,8%) pada kelompok eksperimen dan 19 orang (39,6%) pada kelompok kontrol. Rata-rata penghasilan yang diperoleh oleh responden pada kedua kelompok tersebut kurang atau sama dengan UMR (4.400.000)

Tabel 2. Pengetahuan kontrasepsi pada calon pengantin (n=96)

Tingkat pengetahuan kontrasepsi	Kelompok eksperimen				Kelompok kontrol			
	Pre	%	Post	%	Pre	%	Post	%
Kurang	9	18,8	0	0	8	16,7	0	0
Cukup	32	66,7	0	0	37	77,1	0	0
Baik	7	14,6	48	100	3	6,3	48	100

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa pengetahuan responden sebelum diberikan edukasi mengenai kontrasepsi mayoritas kedua kelompok berada pada kategori cukup, (66,7%) pada kelompok eksperimen dan (77,1%) pada kelompok kontrol. Setelah dilakukan edukasi baik kelompok kontrol maupun kelompok eksperimen pengetahuan mengenai kontrasepsi meningkat menjadi kategori baik (100%).

Tabel 3. Hasil uji Wilcoxon

Kelompok	Variabel	N	Mean	SD	Min	Max	Z-Score	p-value
Eksperimen (poster)	Sebelum	48	66,98	15,870	20	85	-6,062	0,000
	Sesudah	48	91,77	4,999	80	100		
Kontrol (video)	Sebelum	48	68,23	9,424	40	80	-6,076	0,000
	Sesudah	48	95,42	4,476	80	100		

Berdasarkan tabel 3 hasil data dengan menggunakan Uji Wilcoxon menunjukkan bahwa pada kelompok eksperimen memiliki rata-rata pengetahuan mengenai kontrasepsi sebelum diberikan edukasi adalah 66,98 dengan Standar Deviasi 15,870. Setelah diberikan edukasi terjadi peningkatan rata-rata pengetahuan responden sebesar 91,77 dengan Standar Deviasi 4,999. Perbedaan rata-rata peningkatan pengetahuan pada kelompok eksperimen sebesar 24,79%. Pada kelompok kontrol rata-rata pengetahuan responden sebelum edukasi mengenai kontrasepsi yaitu sebesar 68,23 dengan Standar Deviasi 9,424. Setelah diberikannya edukasi rata-rata pengetahuan responden mengalami peningkatan sebesar 95,42 dengan Standar Deviasi 4,476. Perbedaan rata-rata peningkatan pengetahuan pada kelompok kontrol sebesar 27,19%. Hasil pengolahan data menggunakan Uji Wilcoxon dapat diketahui bahwa masing-masing kelompok memiliki nilai *P-value* sebesar 0,000 atau nilai *p-value* <0,05 yang

artinya terdapat perbedaan atau pengaruh pengetahuan calon pengantin mengenai kontrasepsi sebelum dan sesudah diberikannya edukasi baik pada kelompok dengan media poster maupun kelompok video.

Untuk melihat media yang lebih efektif maka dilakukan Uji Mann Whitney untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan efektivitas antara kedua kelompok tersebut setelah diberikannya intervensi dengan menggunakan media yang berbeda. Berikut hasil Uji Mann Whitney:

Tabel 4. Hasil uji Mann-Whitney

Kelompok	N	Mean	p-value
Eksperimen (poster)	48	38,63	0,000
Kontrol (video)	48	58,38	0,000

Berdasarkan tabel 4 Hasil uji statistik menggunakan Mann Whitney menunjukkan bahwa terdapat perbedaan penggunaan media poster (38,63%) dan video (58,38%) dengan *p-value* 0,000 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan penggunaan media poster dengan media video secara signifikan. Nilai rata-rata pada kelompok yang menggunakan media video lebih besar dari pada kelompok yang memakai media poster. Sehingga dapat disimpulkan bahwa media video lebih efektif dibandingkan dengan media poster dalam meningkatkan pengetahuan mengenai kontrasepsi.

## PEMBAHASAN

Kontrasepsi didefinisikan sebagai upaya pencegahan kehamilan dengan menggunakan berbagai perangkat praktik seksual, obat-obatan, bahan kimia, maupun memerlukan proses pembedahan yang bersifat permanen maupun sementara<sup>(2)</sup>. Jika dilihat dari hasil penelitian ini, mayoritas calon pengantin tidak ingin menunda kehamilan. Kurangnya penggunaan kontrasepsi akan menimbulkan peningkatan angka kelahiran bayi atau biasa disebut dengan “*baby boom*”<sup>(1)</sup>. Oleh karena itu untuk meningkatkan penggunaan kontrasepsi diperlukannya pengetahuan yang baik. Komunikasi persuasif merupakan komunikasi yang dirancang untuk memengaruhi keyakinan, nilai serta sikap orang lain, tanpa adanya paksaan dalam melakukan suatu perubahan<sup>(19)</sup>. Dengan adanya komunikasi persuasif diharapkan calon pengantin dapat berperilaku dengan cara tertentu dan dapat merubah sikap setelah menerima informasi yang didapatkan, yang artinya calon pengantin bebas untuk menentukan jenis metode kontrasepsi apa yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhan mereka tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Komunikasi persuasif sangat dibutuhkan dalam meyakinkan responden untuk menentukan jenis kontrasepsi yang akan digunakan sehingga dapat menekan angka kelahiran<sup>(23)</sup>. Sejalan dengan penelitian Zannah (2020) bahwa penggunaan komunikasi persuasif memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan ibu dan keluarga yang mengalami kehamilan risiko tinggi<sup>(19)</sup>.

Dalam penyampaian pesan menggunakan metode komunikasi persuasif memerlukan alat bantu media selama proses intervensi. Penggunaan media pada era modern saat ini telah banyak memiliki keuntungan seperti, lebih menarik dalam menyampaikan informasi, menumbuhkan motivasi kepada masyarakat untuk mau dan ingin tahu tentang informasi yang ingin mereka dapatkan, dan materi lebih mudah untuk dipahami serta dapat meningkatkan pengetahuan mereka.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pengetahuan sebelum dan sesudah diberikannya edukasi mengenai kontrasepsi kepada calon pengantin melalui metode komunikasi persuasif dengan media poster dan video dari pengetahuan cukup meningkat menjadi baik. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kaseuntung (2015) menyatakan bahwa ada perbedaan pengetahuan sebelum diberikannya promosi kesehatan mengenai kontrasepsi memiliki pengetahuan cukup dan setelah diberikannya promosi kesehatan meningkat memiliki pengetahuan baik<sup>(24)</sup>.

Poster digunakan dalam penyampaian edukasi karena memiliki kelebihan yang berisi sejumlah kata disertai dengan gambar<sup>(17)</sup>. Menurut Edgare Dale, pemberian pesan memiliki tingkat daya ingat dan daya serap yang berbeda-beda setiap individu. Jika seseorang belajar pada apa yang mereka baca maka ia akan mengingat hanya 10% dari apa yang mereka baca. Jika seseorang belajar pada apa yang mereka dengar maka ingatannya akan meningkat menjadi 20%. Jika seseorang belajar pada apa yang mereka baca dan dengar, maka kemampuan mengingatnya meningkat menjadi 50%. Hal tersebut menunjukkan bawa penggunaan media video lebih dapat meningkatkan daya ingat seseorang sebesar 50% dan daya serap informasi sebesar 90%<sup>(25)</sup>.

Berdasarkan hasil penelitian, ada pengaruh pemberian edukasi kontrasepsi melalui komunikasi persuasif dengan media poster dan video terhadap pengetahuan calon pengantin di KUA Kecamatan Cilincing. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sirvana (2021) yang menyatakan bahwa penggunaan poster efektif untuk meningkatkan pengetahuan responden dalam memilih alat kontrasepsi. Hasil tersebut juga didukung oleh Maulana (2014) bahwa mata adalah panca indera yang paling banyak mengeluarkan pengetahuan menuju ke otak dengan kapasitas sekitar 75%-87% dan sisanya sebesar 15%-23% melalui panca indera lain. Penelitian Marizi (2019) juga menunjukkan hal yang sama bahwa ada pengaruh sebelum dan sesudah diberikannya intervensi menggunakan media video, sehingga dapat dikatakan bahwa media video dapat meningkatkan antusias para responden dalam mendengarkan materi yang disampaikan dan fokus dalam memahami materinya<sup>(26)</sup>. Video memiliki gambar bergerak yang memberikan stimulus pada mata untuk lebih fokus dalam melihat gerakan kearah tersebut dibandingkan dengan gambar yang hanya terdiam dan cenderung membosankan<sup>(27)</sup>.

Penggunaan media selain untuk mempermudah proses penyampaian pesan juga bermanfaat membentuk proses belajar yang lebih menarik. Media dapat dikatakan efektif apabila mampu mencapai tujuan yang diinginkan dan meningkatnya pengetahuan dan keterampilan responden<sup>(28)</sup>. Berdasarkan hasil Uji Mann Whitney diketahui bahwa terdapat perbedaan skor rata-rata antara kedua kelompok tersebut yang artinya terdapat perbedaan efektivitas antara kedua kelompok secara signifikan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa media video lebih efektif dibandingkan dengan poster. video lebih efektif dalam menyampaikan pesan atau informasi kesehatan, karena

video merupakan media yang menarik dan tidak membosankan bagi para audiens. Video dilengkapi dengan gambar dan penjelasan dari penyuluh terkait kontrasepsi sehingga mudah dipahami, dan peningkatan pengetahuan responden menjadi lebih baik. Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Lasmini (2021) bahwa didapatkan hasil dari uji mann whitney terdapat perbedaan efektivitas antara media visual dengan media video dimana media video lebih efektif dibandingkan dengan media visual<sup>(20)</sup>.

## KESIMPULAN

Terdapat pengaruh edukasi kesehatan melalui metode komunikasi persuasif dengan media poster dan video dalam meningkatkan pengetahuan calon pengantin mengenai kontrasepsi di KUA Kecamatan Cilincing. Media yang digunakan memiliki perbedaan efektivitas, dimana media video lebih efektif jika dibandingkan dengan media poster. Berdasarkan hasil tersebut diharapkan upaya promotif dimasyarakat dapat dilakukan secara optimal agar bisa menentukan penggunaan kontrasepsi sesuai kebutuhannya.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Yunifitri; A, Butarbutar J. Perubahan Pelayanan Keluarga Berencana Pada Masa Pandemi Covid-19. *Zo Kebidanan*. 2021;11(3):104–14.
2. Rakhi J, Sumathi M. Contraceptive methods: Needs, options and utilization. *J Obstet Gynecol India*. 2011;61(6):626–34.
3. Prijatni, Rahayu. Kesehatan Reproduksi dan Keluarga Berencana. Jakarta: Kemenkes RI; 2016.
4. United Nation. Contraceptive Use by Method 2019. New York: UN; 2019.
5. Melani FI, Barokah L. Pengetahuan Wanita Usia Subur Tentang Kontrasepsi Pil. *J Ilmu Kesehat Sandi Husada*. 2020;9(2):1037–43.
6. Damayanti TYF, Sari DKP, Qonitun U. Hubungan Jenis Pekerjaan dengan Pemilihan KB Metode Kontrasepsi Jangka Panjang. *J Ilmu Kesehatan*. 2021;14(1):105.
7. Badan Pusat Statistik. Persentase Wanita Berumur 15-49 Tahun dan Berstatus Kawin yang Sedang Menggunakan/Memakai Alat KB (Persen), 2019-2021. Jakarta: BPS; 2021.
8. BPS Kota Jakarta Utara. 2022 Kota Jakarta Utara Dalam Angka. Jakarta: BPS Kota Jakarta Utara; 2022.
9. BPS DKI Jakarta. Registrasi Kelahiran Kematian Perkawinan Perceraian dan Pengesahan/Pengakuan Anak Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta 2019-2021. Jakarta: BPS DKI Jakarta; 2021.
10. Kemenkes RI. Panduan Pelayanan Keluarga Berencana dan Kesehatan Reproduksi dalam Situasi Pandemi. Jakarta: Kemenkes RI; 2020.
11. Septiana P, Dwi E. Literatur Review: Pengaruh Pendidikan Kesehatan Pra Nikah Terhadap Kesehatan Reproduksi. Semarang: UNIMUS; 2020.
12. Kemenkes RI. Buku Saku Kespro dan Seksual Bagi Catin. Jakarta: Kemenkes RI; 2018.
13. Yunitasari E, Suri SI. Pengetahuan Perempuan Terhadap Kontrasepsi: Tinjauan Literatur. *Maj Kesehatan Indonesia*. 2020;1(1):7–10.
14. Wayanti S, Rahardjo S, Choirin M. Dukungan Suami Dalam Pemilihan Metode Kontrasepsi Implant pada Ibu Post Partum. *J Pamat*. 2018;11(1):83–91.
15. Pramudya TA, Nurdiantami Y, Istanti ND. Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Penggunaan Kontrasepsi IUD pada WUS Saat Pandemi di Puskesmas Kecamatan Cilincing Tahun 2021 Age During Pandemic at Cilincing District Health Center in 2021 Berdasarkan data BPS Kota Jakarta. 2021;14:70–81.
16. Maulana HD. Promosi Kesehatan. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC; 2009.
17. Kustiawan I. Membuat poster. Jakarta: Kemdikbud RI; 2019
18. Putri HP, Andara F, Sufyan DL. Pengaruh Edukasi Gizi Berbasis Video Terhadap Peningkatan Pengetahuan Remaja Putri Di Jakarta Timur. *J Bakti Masy Indonesia*. 2021;4(2):334–42.
19. Zannah AN. Pengaruh Komunikasi Persuasif Bidan Terhadap Pengambilan Keputusan Ibu Dan Keluarga Yang Mengalami Kehamilan Risiko Tinggi. *Medikes*. 2020;7:101–10.
20. Lasmini, et al. Pengaruh Penerapan Edukasi Alat Kontrasepsi Melalui Video Terhadap Tingkat Pengetahuan Wus Tentang Kb Di Desa Jlopo, Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo. *UKH*; 2021.
21. Sirvana IH, Sabur F, Umar S. Efektivitas Penggunaan Media Audiovisual dan Leaflet Terhadap Peningkatan Pengetahuan Pus Tentang Alat Kontrasepsi Suntik 3 Bulan Di Puskesmas Ralla Kabupaten Barru. *Indones J Kebidanan*. 2021;5(2):42.
22. Sri Astuti. Asuhan Ibu dalam masa kehamilan. Jakarta: Erlangga; 2017.
23. Handoko D, Ardia V, Purnamasari O. Komunikasi Persuasif Iklan Layanan Masyarakat Di Televisi Tentang Edukasi Kanker. *Communication. Journal Budiluhur*. 2018;9(1):114.
24. Kaseuntung D. Pengaruh Penyuluhan Kesehatan Terhadap Pengetahuan Wanita Usia Subur (WUS) Dalam Pemilihan Kontrasepsi di Desa Kalama Darat Kecamatan Taman Tamako Kepulauan Sangihe. *E-journal Keperawatan (e-Kp)*. 2015;3:1–8.
25. Ulfayana. Efektivitas Penggunaan Media Berdasarkan Teori Belajar Edgar Dale terhadap Peningkatan Hasil Belajar. Makassar: UIN Alauddin Makassar; 2018.
26. Marizi L, Novita N, Setiawati D. Efektivitas Media Audiovisual Tentang Kontrasepsi Intra Uterine Device Terhadap Pengetahuan Wanita Usia Subur. *JPP (Jurnal Kesehatan Poltekkes Palembang)*. 2019;14(1):7–12.
27. Alini, Indrawati. Efektivitas Promosi Kesehatan Melalui Audio Visual dan Leaflet Tentang SADARI (Pemeriksaan Payudara Sendiri) Terhadap Pengetahuan Remaja Putri Tentang SADARI di SMAN 1 Kampar Tahun 2018. *J Ners*. 2018;2(2):1–9.
28. Audie N. Peran Media Pembelajaran Meningkatkan Hasil Belajar Peserta Didik. *Pros Semin Nas Pendidik FKIP*. 2019;2(1):586–95.