



Efektivitas Penggunaan Aplikasi Elsimil dan Video YouTube terhadap Tingkat Pengetahuan Calon Pengantin tentang Stunting

The Effectiveness of Using Elsimil Application and YouTube Videos on the Knowledge Level of Prospective Newlyweds about Stunting

Asrizul Syafril*, Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Andalas, Indonesia

Ernita Arif, Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Andalas, Indonesia

Asmawi, Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Andalas, Indonesia

ABSTRACT

One effort to reduce the incidence of stunting is through Communication, Information, and Education to prospective newlyweds through media such as the Elsimil application and YouTube videos. The use of media is expected to make communication more effective, so that the information about stunting conveyed can be well understood by prospective newlyweds. The aim of this study is to determine the effectiveness of using the Elsimil application, YouTube video media, and the combination of Elsimil application plus YouTube video on improving the knowledge of prospective newlyweds about stunting. This study used a one-group pretest-posttest design on three groups of respondents. The number of respondents in each group was 10 people, making a total sample of 30 people. Data collection was conducted through pretest and posttest questionnaires for each group at the Office of Religious Affairs (KUA) of Lengayang Sub-district from August 2023 to September 2023. The data analysis used was paired t-test. The results showed a significant difference in the level of knowledge of prospective newlyweds before and after being treated using each media: Elsimil application, YouTube video, and combination of Elsimil application plus YouTube video. The use of the combination of Elsimil application plus YouTube video media provides more effective results in improving the knowledge of prospective newlyweds about stunting compared to other media.

ARTICLE HISTORY

Received 17/10/2023
Revised 06/11/2023
Accepted 13/11/2023
Published 12/02/2024

KEYWORDS

Elsimil application; YouTube; stunting; prospective newlyweds; communication media.

*CORRESPONDENCE AUTHOR

✉ asrizul.syafril@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.30743/mkd.v8i1.8258>

PENDAHULUAN

Media menjadi salah satu alat yang membantu komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan. Media juga mempengaruhi proses komunikasi yang terjadi, sehingga menjadi salah satu faktor penentu keefektifan komunikasi. Menurut Berlo dalam Mulyana (2021) media komunikasi berhubungan dengan pancaindra seperti indra penglihatan, pendengaran, sentuhan, pembauan, dan perasa. Pengindraan komunikan melalui media komunikasi akan menentukan pemahaman terhadap pesan yang disampaikan dan mempengaruhi tingkat pengetahuannya.

Media dapat memudahkan penerima pesan menangkap materi yang disampaikan, karena media menyampaikan informasi dan pengalaman yang dapat dengan mudah dipahami (Sanjaya, 2016). Pemilihan media komunikasi perlu mempertimbangkan isi pesan (konten) dan tujuan pesan yang ingin dicapai (Wijaya, 2015). Terutama media yang digunakan untuk memberikan edukasi. Hal ini juga perlu diterapkan pada edukasi penyuluhan pemberian informasi tentang *stunting* kepada calon pengantin.

Edukasi *stunting* merupakan kegiatan promosi kesehatan yang dilakukan dengan pendekatan komunikasi, informasi, dan edukasi (KIE) kepada calon pengantin. KIE bertujuan untuk memberikan pengetahuan, perubahan sikap dan perilaku masyarakat, atau penduduk yang menjadi sasaran (BKKBN, 2021). Pada kegiatan KIE edukasi *stunting* ini, komunikator menggunakan media dalam menyampaikan informasi kepada calon pengantin.

Penggunaan media dalam edukasi kesehatan dapat dilakukan melalui media visual dan audiovisual. Media visual memberikan stimulasi indra penglihatan dan media audiovisual memberikan stimulasi pada indra penglihatan dan pendengaran. Masing-masing jenis media ini memiliki karakteristik yang berbeda dalam menghantarkan pesan kepada komunikan. Oleh karena itu, komunikator perlu memahami dan menggunakan media yang tepat sehingga pesan informasi yang disampaikan dapat dimaknai dengan baik oleh khalayak. Pemilihan media ini juga perlu diterapkan dalam kegiatan edukasi *stunting* kepada calon pengantin.

Penggunaan media komunikasi oleh komunikator akan mempengaruhi penerimaan makna pesan oleh khalayak. Menurut Effendy dalam Yulia (2022) kesalahan dalam memilih media komunikasi dapat membuat komunikan sulit menerima dan memahami apa yang disampaikan komunikator. Media pada penelitian ini diukur efektivitasnya untuk mengetahui dan membedakan efektivitas dari masing-masing media terhadap tingkat pengetahuan calon pengantin tentang *stunting*.

Beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan penggunaan media edukasi seperti yang dilakukan Fahmi, et al., (2020) menunjukkan aplikasi android berpengaruh terhadap pengetahuan tentang *stunting* dan dapat meningkatkan pengetahuan remaja terkait gizi dan pencegahan *stunting* (Resmiati et al., 2021). Penggunaan aplikasi android dengan materi yang dikemas menggunakan gambar dan video mampu meningkatkan pengetahuan dan sikap tentang ASI eksklusif (Lestari, et al., 2019).

Menurut Nurak, et al., (2021), penyuluhan kesehatan menggunakan media video melibatkan indera pendengaran dan penglihatan yang memberikan visualisasi lebih baik dalam penyerapan informasi dan pengetahuan. Teknologi media video saat ini sudah berkembang melalui pemanfaatan media sosial seperti YouTube yang dapat menjangkau khalayak secara luas. Penelitian Al-Silwadi, et al., (2015) menyimpulkan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan pasien setelah diberikan informasi melalui tayangan YouTube. Modul video dapat meningkatkan pengetahuan secara signifikan (Singh et al., 2021) dan melalui YouTube terjadi peningkatan pengetahuan sebesar 70% (Mulya et al., 2021).

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2021 tentang percepatan penurunan *stunting*, lembaga Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) diamanahkan menjadi koordinator percepatan penurunan *stunting* dengan target 14% pada tahun 2024. Upaya penurunan angka *stunting* ini dirumuskan melalui Peraturan Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 Tentang Rencana Aksi Nasional Percepatan Penurunan Angka Stunting Indonesia Tahun 2021-2024 (RAN-PASTI).

RAN-PASTI ini disusun melalui pendekatan keluarga yang berisiko *stunting*. Pasal 1 ayat 11 Peraturan Kepala BKKBN No. 12 tahun 2021 ini menjelaskan bahwa keluarga yang berisiko *stunting* salah satunya adalah calon pengantin. Calon pengantin merupakan kelompok yang berisiko karena mereka berisiko melahirkan bayi *stunting* jika tidak memiliki pengetahuan yang cukup.

Hasil pendataan keluarga tahun 2021 di Kabupaten Pesisir Selatan diketahui terdapat 29.675 keluarga yang berisiko *stunting* dengan wilayah terbanyak di Kecamatan Lengayang sebanyak 3.653 keluarga. Jika dilihat secara spesifik terhadap angka pernikahan di KUA Kecamatan Lengayang, pada tahun 2022 terdapat 558 pasangan yang menikah dengan rata-rata 46 pasangan setiap bulan. Melihat kondisi ini menjadi tantangan yang besar memberikan edukasi pencegahan *stunting* kepada calon pengantin.

Untuk memberikan edukasi *stunting* kepada calon pengantin, BKKBN mengeluarkan Aplikasi Siap Menikah dan Hamil (Elsimil) dengan tujuan sebagai sarana *screening* awal calon pengantin dan media edukasi pencegahan *stunting*. Pada media ini terdapat materi berupa teks artikel dan gambar

dalam bentuk visual yang terkait dengan *stunting*. Namun, pada aplikasi Elsimil ini belum tersedia materi audio visual berupa video.

Selain adanya aplikasi Elsimil, BKKBN juga mempunyai kanal YouTube sebagai sarana penyebarluasan informasi yang berisi video edukasi dan konten lainnya. Video yang terdapat pada kanal YouTube ini dapat dimanfaatkan menjadi sarana edukasi pencegahan *stunting* kepada pengantin. Pemberian edukasi *stunting* kepada calon pengantin diharapkan akan mengubah perilaku kesehatan calon pengantin terkait pencegahan *stunting* dimulai dari masa kehamilan. Hal ini penting karena periode emas intervensi pencegahan stunting pada anak dimulai dari awal kehamilan hingga anak berusia dua tahun yang disebut juga dengan periode 1000 hari pertama kehidupan (HPK). Melalui edukasi KIE menggunakan aplikasi Elsimil dan video YouTube, calon pengantin mendapatkan pengetahuan dan pemahaman terkait *stunting*, sehingga diharapkan akan melahirkan anak-anak yang sehat terhindar dari *stunting*.

Pemanfaatan aplikasi Elsimil ini sudah dilakukan di Kabupaten Pesisir Selatan melalui Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa dan Pengendalian Penduduk Keluarga Berencana (DPMPPKB) dan Penyuluh Keluarga Berencana sebagai pelaksana program di lini lapangan. Berdasarkan data *dashboard* aplikasi Elsimil, jumlah calon pengantin sebagai *user* aplikasi Elsimil di Kabupaten Pesisir Selatan sampai bulan Juli 2023 sebanyak 523 pasangan. Selain adanya aplikasi Elsimil ini, edukasi *stunting* oleh penyuluh keluarga berencana di Kabupaten Pesisir Selatan juga dilakukan dengan menggunakan media video YouTube. Video YouTube yang digunakan bersumber dari kanal resmi BKKBN dengan materi yang terkait dengan *stunting* dan disampaikan kepada calon pengantin.

KIE edukasi *stunting* menggunakan media aplikasi Elsimil dan video YouTube diberikan pada saat bimbingan perkawinan kepada calon pengantin. Penyuluh KB memberikan bimbingan kepada calon pengantin untuk mengakses aplikasi Elsimil, sehingga calon pengantin mendapatkan informasi *stunting* dari materi yang terdapat pada aplikasi ini. Selain itu, KIE edukasi *stunting* oleh penyuluh KB juga dilakukan melalui penayangan video YouTube kepada calon pengantin. Kepada calon pengantin ditayangkan video dengan materi *stunting* yang bersumber dari kanal YouTube BKKBN. Penggunaan aplikasi Elsimil dan video YouTube dalam KIE edukasi *stunting* diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman calon pengantin agar memiliki kehamilan yang sehat dan melahirkan anak yang sehat terhindar dari *stunting*.

Stunting merupakan gangguan tumbuh kembang anak yang disebabkan oleh kekurangan gizi kronis dan infeksi berulang. Kondisi ini ditandai dengan panjang dan tinggi badan anak yang tidak memenuhi standar yang sudah ditetapkan. Menurut WHO, *stunting* pada anak ketika tinggi badan anak di bawah dua garis deviasi standar pertumbuhan anak yang diakibatkan karena kekurangan gizi dan penyakit infeksi (Direktorat Bina Keluarga Balita dan Anak, [2022](#)).

Kondisi *stunting* pada anak akan menurunkan kualitas manusia dimasa mendatang. *Stunting* yang terjadi pada anak dapat mengakibatkan mutu sumber daya manusia yang rendah dimasa mendatang karena kurangnya kecerdasan, dan risiko kesakitan akibat dari penyakit ketika dewasa (Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional, [2021](#)). Keadaan *stunting* ini tentu akan menghambat dan mengganggu jalannya pembangunan ke depannya.

Menurut WHO, *stunting* mengakibatkan gangguan pada anak yang dapat dilihat dalam waktu dekat pada saat anak-anak, hingga jangka panjang setelah dewasa. Akibat pada masa anak-anak terlihat dari perkembangan kognitif, motorik, dan bahasa yang tidak optimal. Kemudian anak berpeluang lebih besar mengalami kesakitan sampai kepada kematian anak. Sedangkan efek *stunting* setelah dewasa yaitu berisiko mengalami gangguan seperti postur tubuh lebih pendek daripada

umumnya, risiko kegemukan, penurunan fungsi reproduksi, penurunan produktivitas kerja, hingga risiko penyakit degeneratif lainnya (Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI, 2018).

Dampak dari *stunting* akan menjadi masalah dimasa yang akan datang, berdasarkan data hasil Studi Status Gizi Indonesia (SSGI) tahun 2021, secara nasional 24,4% balita Indonesia mengalami *stunting*. Prevalensi *stunting* ini juga masih tinggi jika dilihat pada tingkatan Provinsi. Pada tahun 2021 tercatat angka *stunting* di Provinsi Sumatera Barat sebesar 23,3%, sedangkan di Kabupaten Pesisir Selatan sebesar 25,2%. Kondisi ini masih di atas batas standar yang ditetapkan WHO yaitu di bawah 20%. Pada tahun 2022 terjadi peningkatan angka *stunting* di Kabupaten Pesisir Selatan sebesar 4,6% menjadi 29,8%. Adanya peningkatan angka *stunting* ini menjadi tantangan bagaimana menggunakan media yang tepat dalam rangka edukasi untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan terkait *stunting* dan pencegahannya kepada calon pengantin.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain *One Group Pretest-Posttest Design* yang dilaksanakan pada Bulan Agustus-September 2023 di KUA Kecamatan Lengayang, Kabupaten Pesisir Selatan, Provinsi Sumatera Barat. Populasi penelitian ini yaitu calon pengantin yang terdaftar di KUA Kecamatan Lengayang. Sampel diambil sebanyak 30 orang secara *purposive sampling*, kemudian dibagi menjadi tiga kelompok dengan jumlah setiap kelompok 10 orang yaitu kelompok media aplikasi Elsimil, kelompok media video YouTube, dan kelompok kombinasi media aplikasi Elsimil plus video YouTube. Setiap kelompok diberikan *pretest* untuk mengetahui keadaan awal calon pengantin. Kemudian dilakukan perlakuan sebanyak satu kali menggunakan masing-masing media.

Pada kelompok media Aplikasi Elsimil diberikan perlakuan lebih kurang 20 menit, kelompok media video YouTube diberikan perlakuan selama 40 menit, dan kelompok kombinasi media aplikasi Elsimil+video YouTube diberikan perlakuan lebih kurang 60 menit menyesuaikan dengan kondisi yang menggunakan dua media sekaligus. Setelah masing-masing kelompok mendapat perlakuan, diberikan *posttest* untuk mengukur pengetahuan akhir calon pengantin. Data hasil penelitian kemudian diolah dan dilakukan uji statistik *paired t-test*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik		Aplikasi Elsimil		Video YouTube		Aplikasi Elsimil plus Video YouTube	
		F	%	F	%	F	%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	5	50	5	50	5	50
	Perempuan	5	50	5	50	5	50
Usia	19-25	4	40	5	50	7	70
	26-30	5	50	4	40	3	30
	31-35	1	10	1	10	0	0
Pendidikan	Sarjana	4	40	3	30	3	30
	SMA	5	50	6	60	7	70
	SMP	1	10	1	10	0	0
Pekerjaan	Wiraswasta	4	40	5	50	5	50
	Karyawan Swasta	0	0	3	30	1	10
	Honorer	4	40	0	0	3	30
	Tidak Bekerja	2	20	2	20	1	10

Berdasarkan **Tabel 1** di atas menunjukkan jumlah responden laki-laki dan perempuan berimbang, yaitu 50% responden laki-laki dan 50% responden perempuan pada masing-masing kelompok media perlakuan. Berdasarkan usia responden, sebagian besar calon pengantin yang menjadi responden berusia pada rentang usia 19-25 tahun dan paling banyak pada kelompok media kombinasi aplikasi Elsimil plus video YouTube, yaitu sebanyak 70%. Kelompok responden yang berusia 31-35 tahun merupakan yang paling sedikit sebanyak 10% dan terdapat pada kelompok media aplikasi Elsimil dan kelompok media video YouTube.

Kemudian sebagian besar calon pengantin menamatkan pendidikan SMA dan yang paling banyak 70% terdapat pada kelompok media kombinasi aplikasi Elsimil plus video YouTube, sedangkan responden yang menamatkan pendidikan SMP merupakan yang paling sedikit sebanyak 10% pada kelompok media aplikasi Elsimil dan kelompok media video YouTube.

Berdasarkan pekerjaan, separuh calon pengantin (50%) pada kelompok media video YouTube dan kelompok media kombinasi aplikasi Elsimil plus video YouTube memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta. Sebagian kecil calon pengantin tidak bekerja pada kelompok media aplikasi Elsimil dan kelompok media video YouTube sebanyak 20% dan 10% pada kelompok kombinasi aplikasi Elsimil plus video YouTube.

Distribusi Frekuensi Tingkat Pengetahuan Calon Pengantin Tentang *Stunting*

Tabel 2. Distribusi Tingkat Pengetahuan Calon Pengantin Sebelum dan Sesudah Dilakukan *treatment* Menggunakan Media Perlakuan

Tingkat Pengetahuan	Media Aplikasi Elsimil n=10		Media Video YouTube n=10		Media Aplikasi Elsimil Plus Video YouTube n=10	
	Sebelum (%)	Sesudah (%)	Sebelum (%)	Sesudah (%)	Sebelum (%)	Sesudah (%)
Baik	20	20	10	40	10	60
Cukup	60	70	90	60	60	40
Kurang	20	10	0	0	30	0

Berdasarkan **Tabel 2** menunjukkan bahwa kelompok calon pengantin yang diberikan perlakuan menggunakan media aplikasi Elsimil, terjadi peningkatan pengetahuan pada kategori cukup, dari 60% sebelum diberikan perlakuan menjadi 70% setelah diberikan perlakuan. Kelompok calon pengantin yang diberikan perlakuan menggunakan media video YouTube, didapatkan 10% responden memiliki tingkat pengetahuan baik, setelah diberikan perlakuan terjadi peningkatan pengetahuan pada kategori baik menjadi 40%. Kemudian pada kelompok kombinasi media aplikasi Elsimil plus video YouTube, sebelum diberikan perlakuan didapatkan tingkat pengetahuan calon pengantin pada kategori baik sebesar 10%, setelah diberikan perlakuan terjadi peningkatan pengetahuan kategori baik menjadi 60%.

Perbedaan Skor Pengetahuan Calon Pengantin Tentang *Stunting* Sebelum dan Sesudah Dilakukan *Treatment* Menggunakan Media perlakuan

Berdasarkan hasil analisis pada **Tabel 3** menunjukkan bahwa sebelum diberikan perlakuan menggunakan media aplikasi Elsimil, skor rata-rata sebesar 8,40. Kemudian terjadi peningkatan rata-rata skor setelah diberikan perlakuan menjadi 9,20 dengan selisih nilai sebesar 0,8. Nilai *p value* uji *paired t-test* sebesar 0,037 yang berarti terdapat perbedaan pengetahuan calon pengantin yang signifikan sebelum dan sesudah dilakukan perlakuan menggunakan media aplikasi Elsimil.

Kelompok calon pengantin yang diberikan perlakuan menggunakan video YouTube, rata-rata skor pengetahuan sebelum perlakuan sebesar 8,30 dan setelah diberikan perlakuan rata-rata skor pengetahuan sebesar 10,40. Selisih beda nilai skor pengetahuan pada kelompok media video YouTube sebesar 2,1. Pengujian *paired t-test* menyimpulkan ada perbedaan signifikan skor pengetahuan calon pengantin sebelum dan sesudah perlakuan menggunakan media video YouTube dengan nilai $p < 0,000$.

Tabel 3. Hasil uji statistik *paired t-test* skor pengetahuan calon pengantin masing-masing media perlakuan

Variabel	Kelompok	N	Mean	SD	Beda Mean	P value	95% CI
Pengetahuan	Aplikasi Elsimil						
	Sebelum	10	8,40	2,675	0,8	0,037	0,061-1,539
	Sesudah	10	9,20	2,140			
	Video YouTube						
	Sebelum	10	8,30	1,418	2,1	0,000	1,694-2,506
	Sesudah	10	10,40	1,350			
	Aplikasi Elsimil Plus Video YouTube						
	Sebelum	10	6,50	2,121	4,5	0,000	2,982-6,018
	Sesudah	10	11,00	1,700			

Penggunaan kombinasi media aplikasi Elsimil dan video YouTube memperoleh selisih nilai beda tertinggi dibandingkan dua kelompok lainnya, yaitu sebesar 4,5. Rata-rata skor pengetahuan awal calon pengantin sebesar 6,50 dan setelah diberikan perlakuan naik menjadi 11,00. Hasil pengujian statistik didapatkan nilai $p < 0,000$ dengan kesimpulan ada perbedaan yang signifikan pengetahuan calon pengantin sebelum dan sesudah perlakuan menggunakan media kombinasi aplikasi Elsimil plus video YouTube.

Perbedaan Tingkat Pengetahuan Calon Pengantin tentang *Stunting* Sebelum dan Sesudah dilakukan Perlakuan Menggunakan Media Aplikasi Elsimil

Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat perbedaan yang signifikan tingkat pengetahuan calon pengantin tentang *stunting* sebelum dan sesudah diberikan perlakuan menggunakan media aplikasi Elsimil. Hasil analisis menunjukkan terjadi peningkatan skor pengetahuan calon pengantin setelah diberikan perlakuan menggunakan media aplikasi Elsimil. Berdasarkan hal ini dapat dikatakan media aplikasi Elsimil efektif meningkatkan pengetahuan calon pengantin tentang *stunting*.

Menurut Berlo (1960), *Channel* atau media komunikasi berhubungan dengan indera yang menangkap makna pesan yang disampaikan oleh komunikator. Pada media aplikasi Elsimil menampilkan pesan informasi *stunting* berupa teks dan gambar yang merangsang indra penglihatan calon pengantin. Sehingga hasil dari pemaknaan pesan melalui media ini terjadi efek kognitif berupa peningkatan pengetahuan calon pengantin tentang *stunting*. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Wiryanto (2000) bahwa efek dari terpaan pesan dalam media komunikasi yaitu efek pengetahuan, sikap, dan perilaku nyata.

Hasil dari penelitian ini memiliki kesamaan dengan beberapa penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Lestari, et al., (2019) dengan hasil penggunaan media edukasi aplikasi android secara efektif dapat menambah pengetahuan responden tentang ASI Eksklusif. Selanjutnya penelitian Fahmi, et al., (2020) dan Resmiati, et al., (2021) yang menyimpulkan penggunaan media edukasi berbasis Android dapat memberikan peningkatan pengetahuan responden tentang *stunting*.

Penelitian senada lainnya dilakukan oleh Fitriami & Galaresa ([2021](#)) terkait penggunaan media berbasis android sebagai media edukasi stunting di Puskesmas Tenayan Raya, Kota Pekanbaru, menyimpulkan bahwa penggunaan aplikasi android sebagai media edukasi stunting terbukti efektif.

Aplikasi Elsimil sebagai media edukasi *stunting* berbasis Android mengandung pesan/informasi dalam bentuk teks dan grafis yang memiliki tampilan yang menarik. Pesan/informasi yang menarik ini akan merangsang indra manusia untuk memaknai dan menyerap informasi tersebut. Penggunaan aplikasi Elsimil juga sesuai dengan gaya hidup saat ini terutama calon pengantin, di mana penggunaan *smartphone* android sudah hampir dimiliki oleh setiap orang. Sehingga informasi terkait *stunting* yang terdapat pada aplikasi Elsimil dapat dengan mudah di akses oleh calon pengantin.

Perbedaan Tingkat Pengetahuan Calon Pengantin tentang *Stunting* Sebelum dan Sesudah dilakukan Perlakuan Menggunakan media video YouTube

Hasil uji statistik pada kelompok calon pengantin yang mendapatkan perlakuan menggunakan media video YouTube, diketahui ada perbedaan yang signifikan tingkat pengetahuan calon pengantin sebelum dan sesudah diberikan perlakuan menggunakan media video YouTube. Kemudian pengetahuan calon pengantin mengalami peningkatan setelah mendapat perlakuan menggunakan media video YouTube. Berdasarkan hal ini dapat dikatakan media video YouTube efektif meningkatkan pengetahuan calon pengantin tentang *stunting*.

Media video YouTube menyampaikan pesan informasi dalam bentuk *audiovisual* yang merangsang indra penglihatan dan pendengaran sekaligus. Sesuai dengan yang disampaikan Berlo, ([1960](#)) pemaknaan pesan dalam media komunikasi berhubungan dengan indra yang memaknai pesan tersebut. Penggunaan media yang banyak melibatkan indra akan memudahkan komunikasi memaknai pesan yang disampaikan sehingga dapat meningkatkan pemahaman terhadap informasi yang disampaikan.

Pemberian informasi tentang *stunting* menggunakan media video YouTube merangsang indra penglihatan dan pendengaran calon pengantin melalui gambar visual yang menarik dan suara yang dapat didengar langsung. Hasil pengindraan ini kemudian memberikan pemahaman kepada calon pengantin, sehingga terjadi peningkatan pengetahuan tentang *stunting*. Pendidikan kesehatan yang menggunakan media video dapat mencapai hasil terbaik karena lebih menarik dan efektif (Hariyadi, [2012](#)).

Ada kesamaan antara penelitian ini dan penelitian yang telah dilakukan oleh Al-Silwadi, et al., (2015) dengan hasil penelitian menyimpulkan pemberian informasi audio visual melalui YouTube dapat meningkatkan pengetahuan pasien secara signifikan. Penelitian Indriasari ([2020](#)) menyatakan bahwa media YouTube efektif meningkatkan pemahaman program KB kepada responden. Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan Sari, et al., ([2021](#)), menyimpulkan pengetahuan responden sebelum dan sesudah dilakukan pendidikan kesehatan menggunakan YouTube mengalami peningkatan secara signifikan.

Media video YouTube memiliki karakteristik mudah diakses dan pesan informasi yang terdapat di dalamnya dapat menarik minat dan perhatian calon pengantin, sehingga media ini mampu dan efektif memberikan pemahaman dan peningkatan pengetahuan calon pengantin. Sesuai dengan pemaparan Solikhah & Sulandjari ([2022](#)) pada penelitiannya, media video YouTube memberikan kemudahan akses, adanya animasi yang meningkatkan konsentrasi, perhatian, dan imajinasi khalayak sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan khalayak. Hasil penelitian Nurak, et al., ([2021](#)), juga menyimpulkan dengan menggunakan media YouTube kegiatan edukasi penyuluhan menjadi menarik, karena di dalam YouTube terdapat video yang dapat menggambarkan objek bisa bergerak dengan suara yang sesuai. Kemudian video YouTube dapat menyajikan informasi secara

jasas, ringkas, dan mudah dipahami sehingga mempermudah calon pengantin mendapatkan pengetahuan.

Perbedaan Tingkat Pengetahuan Calon Pengantin tentang *Stunting* Sebelum dan Sesudah dilakukan Perlakuan Menggunakan Kombinasi Media Aplikasi Elsimil plus YouTube

Berdasarkan hasil uji statistik diketahui ada perbedaan yang signifikan pada tingkat pengetahuan calon pengantin sebelum dan sesudah diberikan perlakuan menggunakan kombinasi media aplikasi Elsimil plus video YouTube. Hasil analisis statistik menunjukkan terjadi peningkatan pengetahuan calon pengantin setelah diberikan perlakuan menggunakan kombinasi media aplikasi Elsimil plus video YouTube. Selanjutnya, selisih beda peningkatan skor pengetahuan calon pengantin pada kelompok kombinasi media aplikasi Elsimil paling besar dibandingkan media lainnya. Berdasarkan hal ini, penggunaan kombinasi media aplikasi Elsimil plus video YouTube memberikan hasil yang lebih efektif dalam pengetahuan calon pengantin tentang *stunting*.

Penggunaan kombinasi media aplikasi Elsimil+video YouTube memberikan rangsangan indera penglihatan dan pendengaran calon pengantin sekaligus. Menurut Munir (2012), terjadi peningkatan pengetahuan sebesar 50% dari hasil belajar menggunakan media audio visual. Sejalan dengan itu, Treichler (1967) dalam Munir (2012) juga telah menyatakan bahwa pengetahuan seseorang itu berasal 10% dari apa yang mereka baca, 20% dari yang didengar, 30% dari yang dilihat, dan 50% dari yang dilihat serta didengar. Kemudian pesan yang terkandung dalam masing-masing media saling melengkapi dan menutupi kekurangan masing-masing media, sehingga pesan yang disampaikan dapat diserap lebih baik dan memberikan efek pengetahuan kepada calon pengantin.

Beberapa penelitian sebelumnya memiliki kesamaan hasil dengan penelitian ini. Penelitian Kurnianingsih (2019) menyimpulkan bahwa penggunaan kombinasi media audiovisual dan visual dengan menggunakan video dan *booklet* lebih efektif dan berpengaruh dalam kegiatan edukasi kesehatan. Selanjutnya Harsismanto & Sulaeman (2019) menggunakan kombinasi media audiovisual dan visual berupa video dan *flipchart* kepada orang tua yang merawat anak dengan anak pneumonia menyimpulkan bahwa penggunaan kombinasi media ini memberikan hasil yang lebih efektif daripada menggunakan satu media saja. Hal ini karena dengan menggunakan kombinasi dua media dapat menutupi kekurangan dari salah satu media.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Wati & Valzon (2019) menyimpulkan penggunaan kombinasi media video dan teks yang berbentuk visual dan audiovisual mengaktifkan dua indera yaitu penglihatan dan pendengaran sehingga menjadikan proses penyerapan informasi pembelajaran lebih baik dan lebih memahami materi. Begitu juga dengan penelitian Ernawati (2022) menyimpulkan pesan promosi kesehatan lebih banyak diserap ketika dilakukan menggunakan kombinasi media yang melibatkan banyak indera. Penelitian sebelumnya oleh Kurniatin (2022) menyimpulkan penggunaan kombinasi media audiovisual (video) dan visual (*booklet*) berpengaruh dalam meningkatkan skor pengetahuan dan sikap ibu hamil dalam upaya pencegahan *stunting*. Selanjutnya hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang menggunakan kombinasi media visual dan audiovisual yang dilakukan oleh Handayani, et al., (2023) dengan kesimpulan skor rata-rata paling tinggi terdapat pada kelompok yang mendapatkan perlakuan kombinasi media. Kajian literatur Fadhilah, et al., (2022) juga memperkuat hasil penelitian ini yang menyatakan penggunaan media visual dan audiovisual secara bersamaan efektif untuk meningkatkan pengetahuan remaja karena lebih menarik dan membuat remaja tidak jenuh.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata skor pengetahuan setiap kelompok calon pengantin berbeda secara signifikan sebelum dan sesudah diberikan perlakuan. Hasil uji statistik pada

media aplikasi Elsimil didapatkan nilai p value 0,037, media video YouTube nilai p value 0,000, dan kombinasi media aplikasi Elsimil plus video YouTube nilai p value 0,000, dimana nilai p value $< \alpha$ 0,05 sehingga media aplikasi Elsimil, media video YouTube, dan media kombinasi aplikasi Elsimil plus video YouTube efektif meningkatkan pengetahuan calon pengantin tentang *stunting*. Berdasarkan analisis nilai beda *mean* menunjukkan nilai tertinggi pada kelompok media kombinasi aplikasi Elsimil plus video YouTube sehingga penggunaan media kombinasi aplikasi Elsimil plus video YouTube lebih efektif meningkatkan pengetahuan calon pengantin tentang *stunting*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih peneliti kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia yang telah memberikan dukungan berupa pendanaan Beasiswa Strata Dua Dalam Negeri T.A. 2021.

REFERENSI

- Al-Silwadi, F. M., Gill, D. S., Petrie, A., & Cunningham, S. J. (2015). Effect of social media in improving knowledge among patients having fixed appliance orthodontic treatment: A single-center randomized controlled trial. *American Journal of Orthodontics and Dentofacial Orthopedics*, 148(2), 231–237. <https://doi.org/10.1016/j.ajodo.2015.03.029>
- Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional. (2021). *Demi Keluarga Pahami Langkah Penting Cegah Stunting*. [https://skata.info/downloads/produk/flipping%20book%20demi%20keluarga%20cegah%20stunting%20-%20FINAL%20\(1\).pdf](https://skata.info/downloads/produk/flipping%20book%20demi%20keluarga%20cegah%20stunting%20-%20FINAL%20(1).pdf)
- Berlo, D. K. (1960). *The Process of Communication An Introduction To Theory And Practice*. Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- BKKBN. (2021). *Modul Aplikasi Elsimil (Bagi Calon Pengantin)*.
- Direktorat Bina Keluarga Balita dan Anak. (2022). *Buku Saku Audit Kasus Stunting*. Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional. <https://sekrestunting.id/download/buku-saku-audit-kasus-stunting/>
- Ernawati, A. (2022). Media Promosi Kesehatan Untuk Meningkatkan Pengetahuan Ibu Tentang *Stunting*. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan Dan IPTEK*, 18(2), 139–152. <https://doi.org/10.33658/jl.v18i2.324>
- Fadhilah, A. N., Simanjuntak, B. Y., & Haya, M. (2022). Kajian Literatur: Studi Intervensi Media Edukasi Visual dan Audiovisual terhadap Peningkatan Pengetahuan Remaja tentang Anemia di Negara Berkembang. *Amerta Nutrition*, 6(1), 91. <https://doi.org/10.20473/amnt.v6i1.2022.91-99>
- Fahmi, A., Rudiyanto, & Nur Nazmi, A. (2020). Pengaruh Aplikasi Sidimes Berbasis Android Terhadap Pengetahuan Ibu Balita Tentang *Stunting*. *Jurnal Keperawatan*, 12(4), 869–876. <https://doi.org/https://doi.org/10.32583/keperawatan.v12i4.1009>
- Fitriami, E., & Galaresa, A. V. (2021). Edukasi Pencegahan *Stunting* Berbasis Aplikasi Android Dalam Meningkatkan Pengetahuan Dan Sikap Ibu. *Citra Delima : Jurnal Ilmiah STIKES Citra Delima Bangka Belitung*, 5(2), 78–85. <https://doi.org/10.33862/citradelima.v5i2.258>
- Handayani, H., Mamlukah, M., Suparman, R., & Iswarawanti, D. N. (2023). Pengaruh promosi kesehatan melalui media berbasis video dan leaflet terhadap pengetahuan dan sikap kader saka bakti husada dalam pencegahan *stunting* di kecamatan sukarama pada masa pandemi covid-19 tahun 2022. *Journal of Health Research Science*, 3(1), 53–62. <https://doi.org/10.34305/jhrs.v3i01.765>
- Hariyadi. (2012). *Modul Video Sebagai Media Layanan Bimbingan dan Konseling*. Sigit Hariyadi Press.
- Harsismanto, J., & Sulaeman, S. (2019). Pengaruh Edukasi Media Video dan Flipchart terhadap Motivasi dan Sikap Orangtua dalam Merawat Balita dengan Pneumonia. *Jurnal Keperawatan Silampari*, 2(2), 1–17. <https://doi.org/10.31539/jks.v2i2.530>
- Indriasari, D. (2020). Pemanfaatan Media YouTube Dalam Meningkatkan Pemahaman Program KB Di KP KB Insan Sejahtera Desa Sukajaya Lembang. *Jurnal Comm-Edu*, 3(2), 115–121.
- Lestari, P. J., Agushybana, F., & Achadi Nugraheni, S. (2019). Pengaruh Aplikasi Sik-Asiek Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Tentang Asi Eksklusif. *Media Ilmu Kesehatan*, 8(2), 108–115. <https://ejournal.unjaya.ac.id/index.php/mik/article/download/295/285>

- Kurnianingsih, M. (2019). Efektivitas Penggunaan Kombinasi Media Audio Visual dan Booklet dibanding Media Booklet terhadap Pengetahuan Toilet Training pada Ibu yang Memiliki Balita. *Smart Medical Journal*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.13057/smj.v2i1.25666>
- Kurniatin, L. F. (2022). Pendidikan Kesehatan dengan Media Video dan Booklet Pendampingan 1000 Hari Pertama Kehidupan terhadap Tingkat Pengetahuan dan Sikap Ibu Hamil dalam Upaya Pencegahan Stunting. *Jurnal Kesehatan Poltekkes Kemenkes RI Pangkalpinang*, 10(1). <https://doi.org/10.32922/jkp.v10i1.458>
- Mulya, M. A., Maryanti, R., Wulandary, V., & Irawan, A. R. (2021). The Effectiveness of YouTube Media to Improve Knowledge and Literacy of Elementary School Students. *Indonesian Journal of Educational Research and Technology*, 1(3), 117–122. <http://ejournal.upi.edu/index.php/IJERT/>
- Mulyana, D. (2021). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Muchlis, Ed.; 23rd ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Munir. (2012). *Multimedia Konsep & Aplikasi dalam Pendidikan*. CV. Alfabeta.
- Nurak, C. E., Setiono, K. W., & Koamesah, S. M. J. (2021). Efektivitas Media Video Terhadap Tingkat Pengetahuan Pemakaian Masker Kain Dalam Pencegahan Covid-19 Pada Mahasiswa Baru Universitas Nusa Cendana. *Cendana Medical Journal*, 21(1), 30–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.35508/cmj.v9i1.4932>
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2021, (2021).
- Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI. (2018). Situasi Balita Pendek (*Stunting*) di Indonesia. *Buletin Jendela Data Dan Informasi Kesehatan*. <https://pusdatin.kemkes.go.id/download.php?file=download/pusdatin/buletin/Buletin-Stunting-2018.pdf>
- Resmiati, Eru Putra, M., & Femelia, W. (2021). Efektifitas Aplikasi Edukasi Gizi Remaja Berbasis Android Untuk Pencegahan Stunting. *Jurnal Endurance : Kajian Ilmiah Problema Kesehatan*, 6(2), 443–451. <https://doi.org/https://doi.org/10.22216/jen.v6i2.357>
- Sari, E.D, Lisum, K., & Hary Susilo, W. (2021). Pengaruh Edukasi Kesehatan Berbasis YouTube Terhadap Pengetahuan Siswa SMA Tentang Pencegahan Tuberkulosis. *Jurnal Keperawatan*, 13(2), 395–402. <http://journal.stikeskendal.ac.id/index.php/Keperawatan>
- Sanjaya, W. (2016). *Media Komunikasi Pembelajaran* (Pertama). Kencana.
- Singh, V., Supehia, S., Gupta, P., Narula, H., Sharma, M., Devi, K., & Bhute, A. (2021). Effectiveness of video modules in infection control trainings during COVID-19 pandemic: A quasi-experimental study in tertiary care institute. *Journal of Education and Health Promotion*, 10(1). https://doi.org/10.4103/JEHP.JEHP_1009_20
- Solikhah, H., & Sulandjari, S. (2022). Pengaruh Edukasi Melalui YouTube Terhadap Penguasaan Pengetahuan Dan Sikap Tentang MP-ASI Ibu Baduta Di Kecamatan Bubutan Surabaya. *Jurnal Kesehatan Masyarakat & Gizi*, 5(1), 138–146. <https://doi.org/https://doi.org/10.35451/jkg.v5i1.1359>
- Wati, H. M., & Valzon, M. (2019). Efektivitas Berbagai Media Pembelajaran Anatomi (Teks, Video Dan Kombinasi Video-Teks) Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Abdurrab. *Collaborative Medical Journal (CMJ)*, 2, 50–56.
- Wijaya, I. S. (2015). Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan. *LENTERA*, 18(1), 53–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.21093/lj.v17i1.428>
- Wiryanto. (2000). *Teori Komunikasi Massa*. Grasindo.
- Yulia, W. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Leaflet Dan Video Terhadap Tingkat Pengetahuan Dan Sikap Pasangan Usia Subur (PUS) Tentang Program Keluarga Berencana (KB) Metode Kontrasepsi Jangka Panjang (MKJP) [Universitas Andalas]. <http://scholar.unand.ac.id/id/eprint/100183>
- Yusti, E., Wijanarka, A., & Ashari, A. (2020). Efektivitas aplikasi android kesehatan reproduksi remaja terhadap perbaikan perilaku seksual pranikah di SMK X Yogyakarta. *JHeS (Journal of Health Studies)*, 4(1), 96–103. <https://doi.org/10.3101/jhes.520>