



Contents list available at JKP website

Jurnal Kesehatan Perintis

Journal homepage: <https://jurnal.upertis.ac.id/index.php/JKP>



Efektifitas Media Booklet dan Brosur terhadap Peningkatan Pengetahuan dan Sikap Pasangan Usia Subur tentang Program Keluarga Berencana

Wira Iqbal^{1*}, Ade Nurul Fazri², Aria Gusti¹

¹⁾Universitas Andalas, Sumatera Barat, Indonesia

²⁾Perwakilan BKKBN Provinsi Sumatera Barat, Sumatera Barat, Indonesia

Article Information :

Received 15 April 2022; Accepted 25 June 2022; Published Online 30 June 2022

*Corresponding author : wiraiqbal@ph.unand.ac.id

ABSTRAK

Media booklet dan brosur digunakan sebagai alat promosi kesehatan dalam kegiatan komunikasi, informasi dan edukasi program keluarga berencana di Indonesia. Penelitian ini bertujuan menganalisis perbedaan efektivitas booklet dan brosur terhadap peningkatan pengetahuan dan sikap pasangan usia subur tentang program keluarga berencana. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan rancangan *quasy experiment two groups pre-post test design*. Populasi penelitian adalah pasangan usia subur muda paritas rendah (PUS MUPAR) di salah satu kecamatan di Kabupaten Sijunjung bukan peserta KB yang berjumlah 512 pasang. Sampel penelitian sebanyak 30 pasang diambil secara acak, dikelompokkan menjadi kelompok booklet 15 orang dan kelompok brosur 15 pasang. Analisis data menggunakan uji-t. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa ada perbedaan signifikan pengetahuan responden sebelum dan sesudah diintervensi dengan media booklet ($p\text{-value}<0,05$) dan media brosur ($p\text{-value}<0,05$). Ada perbedaan signifikan sikap responden sebelum dan sesudah diintervensi dengan media booklet ($p\text{-value}<0,05$) dan media brosur ($p\text{-value}<0,05$). Tidak ada perbedaan signifikan efektivitas dari media booklet dan brosur terhadap peningkatan pengetahuan ($p\text{-value}>0,05$) dan sikap ($p\text{-value}>0,05$) pasangan usia subur tentang program keluarga berencana.

Kata kunci : efektivitas, booklet, brosur, keluarga, berencana

ABSTRACT

Media booklets and brochures are used as health promotion tools in strengthening IEC for the family planning program in Indonesia. This study aims to determine the differences in the effectiveness of booklets and brochures in increasing knowledge and changing attitudes of EFA towards family planning programs. This type of research is quantitative with a quasi-experimental two groups pre-post test design. The population of the study was PUS MUPAR in Sumpur Kudus District, Sijunjung Regency, not 512 pairs of family planning participants. The research sample of 30 pairs was taken randomly, grouped into a booklet group of 15 people and a brochure group of 15 pairs. Data analysis using t-test. Based on the results of the study, it was found that there were significant differences in respondents' knowledge before and after intervention with booklet media ($p\text{-value} < 0.05$) and brochure media ($p\text{-value} < 0.05$).

value <0.05). There are significant differences in the attitudes of respondents before and after the intervention with booklet media (p-value <0.05) and brochure media (p-value <0.05). There is no significant difference in the effectiveness of booklets and brochures on increasing knowledge (p-value>0.05) and attitudes (p-value>0.05) of couples of childbearing age about family planning programs.

Keywords: effectiveness, booklets, brochures, family, planning

PENDAHULUAN

Program keluarga berencana (KB) di Indonesia lebih menekankan pada tujuan demografis yakni untuk mencapai target penurunan laju pertumbuhan penduduk. Untuk itu diperlukan pelayanan KB yang berkualitas yang memberikan informasi secara terbuka dan rasional yang disampaikan oleh tenaga yang profesional. Penyampaian informasi tentang program KB kepada masyarakat memerlukan bahan dan metode yang mutakhir yang mengikuti kemajuan teknologi.

Upaya memandirikan, memampukan, dan memperdayakan masyarakat agar mampu meningkatkan status kesehatannya diantaranya adalah melalui promosi kesehatan (Tiraihati, 2018). Promosi kesehatan yang dianggap efektif adalah melalui media promosi kesehatan (Adam and Wintoni 2016). Sarana dan upaya untuk menampilkan informasi atau pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada sasaran berupa peningkatan pengetahuan untuk mengubah perilaku kesehatan yang lebih baik adalah media promosi kesehatan (Agustini, 2013).

Media yang biasa digunakan dalam promosi kesehatan dapat berupa media visual, audio, maupun audio visual. Media visual banyak digunakan karena praktis, mudah dibawa kemana saja dan bisa dipasang di tempat umum, seperti booklet dan brosur (Adam & WIntoni, 2016).

Seleksi media sangat diperhatikan dalam upaya peningkatan Komunikasi, Informasi dan Edukasi (KIE) Program Keluarga Berencana (KB). KIE adalah wujud dari komunikasi yang berhubungan erat dengan penggunaan media, dengan media diharapkan proses KIE bisa menjadi efektif dan efisien. KIE merupakan proses diseminasi informasi dalam penguatan pengetahuan dan sikap individu, keluarga dan masyarakat dalam program Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN, 2011).

Proses komunikasi dalam Program KB menjadi efektif jika pemerintah sebagai pemberi pesan bisa merancang komunikasi yang baik, yaitu merumuskan pesan dengan jelas, dengan teknik yang bisa dipahami oleh masyarakat, menyampaikan pesan secara lengkap, disaat yang tepat serta memakai media yang sesuai.

Rasio Penyuluhan Keluarga Berencana (PKB) yang ideal sebagaimana tertuang dalam UU No.52 tahun 2009 tentang Kependudukan dan KB adalah 1 orang PKB melayani 2 desa. Sementara di Kabupaten Sijunjung rasionya 1 berbanding 3,2, artinya 1 orang PKB melayani 3 desa. Keterbatasan jumlah PKB lebih terasa lagi di Kecamatan Sumpur Kudus dimana 1 orang PKB melayani 5 hingga 6 desa.

Kondisi geografis yang sulit ditambah lagi dengan keterbatasan jumlah penyuluhan KB membutuhkan inovasi untuk percepatan capaian program promosi kesehatan terutama di bidang keluarga berencana. Untuk itu, pemerintah Kabupaten Sijunjung memanfaatkan media booklet dan brosur sebagai inovasi dalam promosi kesehatan sebagai upaya peningkatan pengetahuan dan perubahan sikap PUS dalam KIE program KB.

Penelitian Pratiwi (2021) di Desa Muktiharjo Kabupaten Pati menyatakan ada peningkatan pengetahuan masyarakat setelah diberikan promosi kesehatan dengan media brosur. Penelitian lain yang dilakukan oleh Murtiyarini (2019) di SMAN 9 Jambi menyebutkan booklet dan leaflet berpengaruh terhadap peningkatan pengetahuan responden tentang pendewasaan usia perkawinan. Hasil penelitian Putri (2021) di Kota Padang juga menyatakan bahwa media visual seperti booklet dan leaflet berpengaruh dalam meningkatkan pengetahuan dan sikap TOSS TB masyarakat. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah menilai efektivitas media promosi terhadap peningkatan pengetahuan dan

sikap responden yang berfokus pada program keluarga berencana.

Media booklet dan brosur dipilih menjadi media promosi kesehatan lantaran mempunyai nilai simpel yang gampang buat dibawa kemana saja, contohnya bisa dimasukkan ke dompet, selain itu pula bisa dibaca kapan saja apabila mereka ingin membaca kembali (Damayanti, Shaluhiyah, dan Cahyo 2017).

Penilaian perbedaan efektifitas dari kedua bentuk media promosi kesehatan tersebut perlu dilakukan sebagai bahan pertimbangan kebijakan untuk menentukan metode dan kebutuhan sarana promosi program KB di Kabupaten Sijunjung. Penelitian ini bertujuan menganalisis apakah ada perbedaan efektivitas booklet dan brosur terhadap pengetahuan dan sikap pasangan usia subur tentang program keluarga berencana.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain *quasi experimental* untuk menganalisis efektivitas booklet dan brosur dalam penguatan KIE program KB. Penguatan KIE program KB diukur dengan perubahan pengetahuan dan sikap responden sebelum dan sesudah intervensi. Responden dibagi menjadi dua kelompok yang masing-masing diberi *pre-test* sebelum diintervensi dengan media promosi kesehatan dan *post test* setelah dintervensi. Populasi penelitian adalah Pasangan Usia Subur (PUS) di Kecamatan Sumpur Kudus Kabupaten Sijunjung dengan kriteria inklusi masih berusia muda, paritas rendah dan bukan peserta KB. Dari 532 pasangan yang memenuhi kriteria dipilih 30 PUS secara acak kemudian dibagi menjadi 2 kelompok, yaitu masing-masing 15 PUS untuk kelompok media booklet dan kelompok media brosur.

Instrumen dalam penelitian ini berupa kuesioner untuk mengukur pengetahuan dan sikap responden yang terdiri dari 10 pertanyaan untuk pengetahuan dan 10 pernyataan untuk sikap. Pengetahuan diukur dengan pertanyaan tentang informasi dasar Program KB, meliputi

pengertian, tujuan, manfaat dan ruang lingkup Program KB, serta pengetahuan tentang alat kontrasepsi. Sementara sikap diukur dengan pernyataan tentang sikap responden terhadap program KB. Skor pengetahuan dan sikap seluruh responden dari masing-masing kelompok diukur sebelum dan sesudah intervensi dan diambil nilai rata-ratanya. Kuesioner disiapkan oleh peneliti dengan mempedomani beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini (Murtiyarini et al., 2019; Pratiwi & Aji, 2021; Putri et al., 2021). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *paired sampel t-test* untuk mengetahui perbedaan pengetahuan dan sikap PUS tentang program KB sebelum dan sesudah diberikan intervensi dengan booklet dan brosur. Selanjutnya untuk menguji perbedaan efektivitas media booklet dan brosur terhadap peningkatan pengetahuan dan sikap PUS tentang program KB digunakan *independen t-test*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data karakteristik responden dapat dilihat pada tabel 1

Perbedaan Pengetahuan Tentang Program KB Sebelum dan Sesudah Intervensi Media

Pada Tabel 2 terlihat hasil pre-test tingkat pengetahuan responden tentang alat kontrasepsi pada kelompok booklet dengan *mean* adalah 8,53 sedangkan pada post-test *mean* sebesar 9,93. Adanya peningkatan *mean* pre-test dan post-test tersebut artinya setelah diberikan intervensi menggunakan media booklet, terjadi peningkatan pengetahuan responden tentang alat kontrasepsi yang meliputi jenis alat kontrasepsi, cara kerja, manfaat, efektifitas, cara penggunaan serta efek samping dari masing-masing jenis alat kontrasepsi tersebut.

Hasil uji *paired t-test* didapatkan nilai *p-value* sebesar 0,005. Ini berarti terdapat perbedaan yang bermakna pengetahuan PUS tentang program KB sebelum dan sesudah dilakukan intervensi menggunakan

Tabel 1 Karakteristik Pasangan Usia Subur

Karakteristik	Media Booklet		Brosur	
	f	%	f	%
Usia				
20-25 tahun	7	46,7	8	53,3
26-30 tahun	6	40,0	6	40,0
31-35 tahun	2	13,3	1	6,7
Tingkat Pendidikan				
Dasar	2	13,3	3	20
Menengah	13	86,7	11	73,3
Pendidikan Tinggi	0	0	1	6,7
Pekerjaan				
Petani	12	80	10	66,7
Pedagang	3	20	3	20,0
Guru	0	0	2	3,3

media booklet. Sehingga disimpulkan media booklet efektif dalam meningkatkan pengetahuan PUS tentang program KB.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan Peate *et al.*, yang menyatakan booklet sebagai salah satu media pembelajaran yang efektif, dibuktikan dengan 91% responden merasa puas dengan informasi yang diberikan dan mereka mampu memahami materi yang disampaikan, 95% responden merekomendasikan booklet kepada orang lain sebagai sarana pembelajaran (Peate *et al.*, 2012).

Penelitian Hartati dkk, juga menyatakan media visual berupa leaflet berpengaruh terhadap peningkatan pengetahuan dan dukungan suami terhadap program KB (Hartati *et al.*, 2020).

Pada Tabel 2 terlihat hasil *pre-test* tingkat pengetahuan responden tentang alat kontrasepsi pada kelompok brosur dengan *mean* adalah 7,67 sedangkan pada *post-test* *mean* adalah 9,20. Adanya perbedaan nilai *mean* *pre-test* dan *post-test* tersebut artinya setelah diberikan intervensi menggunakan media brosur, terjadi peningkatan pengetahuan responden tentang alat kontrasepsi yang meliputi jenis alat kontrasepsi, cara kerja, manfaat, efektifitas, cara penggunaan serta efek samping dari masing-masing jenis alat kontrasepsi tersebut.

Pada uji *paired t-test* menghasilkan nilai p-value sebesar 0,000. Bisa disimpulkan bahwa ada perbedaan bermakna pengetahuan PUS tentang program KB sebelum dan sesudah dilakukan intervensi dengan media brosur. Artinya media brosur bisa disebut efektif menguatkan pengetahuan PUS tentang program KB. Hasil ini sejalan dengan penelitian Pratiwi dan Aji, bahwa pendidikan kesehatan menggunakan brosur efektif dalam peningkatan pengetahuan Warga Desa Muktiharjo Kabupaten Pati (Pratiwi & Aji, 2021). Media merupakan suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak (Habibie, 2018). Media yang sesuai dibutuhkan supaya informasi yang diberikan bisa diterima dengan efektif. Pada penelitian ini media yang digunakan adalah booklet dan brosur.

Booklet dan brosur merupakan media garis bawahi yang dipakai untuk peningkatan pengetahuan dan sikap PUS dalam program KB sebagai bahan dalam transmisi informasi tentang program KB kepada masyarakat.

Booklet berisi informasi yang jelas, tegas dan mudah dimengerti dengan kombinasi tulisan dan sebagian kecil gambar (Pralisaputri *et al.*, 2016). Dalam memuat informasi tentang program KB, media booklet didominasi oleh tulisan isi materi program KB dibanding ilustrasi gambar, namun memuat informasi relatif lebih banyak dan lebih spesifik dibandingkan dengan brosur. Sedangkan brosur memiliki ukuran yang lebih besar dari pada booklet dan pesan yang disampaikan menggunakan kata-kata yang singkat dengan penjelasan dilengkapi dengan ilustrasi gambar. Brosur adalah terbitan tidak berkala yang tidak dijilid keras, lengkap (dalam satu kali terbitan) dan memiliki paling sedikit 5 halaman (Artaty Zega *et al.*, 2020). Brosur juga menerangkan informasi yang dimuat secara detail dengan menggunakan kata-kata yang menarik dan menampilkannya dengan ilustrasi gambar, mempunyai tampilan menarik dan memiliki otoritas penuh untuk menyampaikan informasi (Mulyana, 2015).

Tabel 2. Pengaruh Penggunaan Media Terhadap Pengetahuan dan Sikap Responden Sebelum dan Sesudah Intervensi

Variabel	Booklet		Brosur	
	Mean	p-value	Mean	p-value
Pengetahuan				
Pre-test	8,53	0,005	7,67	0,000
Post-test	9,53		9,20	
Sikap				
Pre-test	36,07	0,011	36,13	0,001
Post-test	38,93		39,13	

Peningkatan pengetahuan responden tentang program KB merupakan salah satu bentuk respon karena adanya stimulus yang disampaikan oleh media booklet maupun media brosur yang berisikan informasi tentang Program KB. Dalam penelitian ini stimulus yang disampaikan oleh media booklet dan media brosur berupa informasi mengenai program KB dengan tema Kependudukan dan Keluarga Berencana.

Perbedaan Sikap Terhadap Program KB Sebelum dan Sesudah Intervensi Media

Tabel 2 menunjukkan sikap responden pada saat pre-test dengan skor rata-rata 36,07 sedangkan pada post-test skor rata-rata 38,93, dari perbedaan skor pre-test dan post-test tersebut artinya terjadi perubahan sikap responden setelah diberikan intervensi KIE program KB menggunakan media booklet.

Pada uji *paired t-test* terlihat perbedaan nilai mean antara pre-test dan post-test sebesar 2,867 dan nilai *p-value* sebesar 0,011. Ini artinya terdapat perbedaan yang signifikan sikap PUS terhadap program KB sebelum dan sesudah diberi intervensi menggunakan media booklet. Sehingga media booklet dapat dikatakan efektif dalam membentuk sikap PUS terhadap program KB.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Hartiningsih bahwa pendidikan kesehatan dengan media audiovisual dan media booklet dapat meningkatkan sikap anggota keluarga dalam pencegahan penyakit (Hartiningsih, 2018).

Tabel 2 menunjukkan sikap responden pada kelompok brosur saat pre-test dengan skor rata-rata adalah 36,13 sedangkan pada post-test skor rata-rata 39,13, dari perbedaan skor pre-test dan post-test

tersebut artinya terjadi perubahan sikap responden setelah diberikan intervensi KIE program KB menggunakan media brosur.

Pada uji *paired t-test* terlihat perbedaan nilai mean antara pre-test dan post-test sebesar 3,000 dengan nilai *p-value* sebesar 0,001. Bisa disimpulkan bahwa ada perbedaan bermakna sikap PUS terhadap program KB sebelum dan sesudah dilakukan intervensi memakai media brosur. Artinya media brosur bisa disebut efektif membentuk sikap PUS terhadap program KB.

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula. Mengutip pendapat Hovland, yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting yaitu, perhatian, pengertian, dan penerimaan (Efendy, 2017).

Stimulus yang disampaikan media booklet dan brosur berupa informasi tentang program KB dalam penelitian ini diterima oleh responden. Proses komunikasi berlangsung saat ada perhatian dari responden dan proses berikutnya responden menjadi mengerti tentang stimulus yang disampaikan oleh masing-masing media. Kemampuan responden inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah responden mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap terhadap program KB.

Ada dua ciri penting dari sumber pesan yaitu kredibilitas (keahlian dan kepercayaan) serta daya tarik. Dalam penelitian ini sumber pesan menggunakan media yang dikeluarkan oleh BKBN Provinsi Sumatera Barat, yang merupakan instansi yang berwenang dan memiliki keahlian dalam Program Kependudukan

dan Keluarga Berencana. Oleh karena itu, secara kredibilitas informasi yang tersaji didalam media merupakan informasi yang akurat dan dapat dipercaya oleh responden karena informasi yang tersaji dibuat oleh instansi yang berwenang dan menangani langsung tentang Program KB.

Pesan (isi pesan) yang tersaji didalam media booklet dan brosur yang dikeluarkan oleh BKKBN Provinsi Sumatera Barat jelas dan mudah dimengerti oleh responden, isi pesan terdiri dari program Kependudukan, Pengertian, tujuan dan manfaat ber-KB serta jenis-jenis alat kontrasepsi lengkap dengan keunggulan dan efek sampingnya.

Adanya informasi tersebut dapat membantu meningkat pengetahuan responden mengenai Program KB, setelah responden "tahu" maka proses selanjutnya yaitu menilai atau bersikap terhadap stimulus yang diberikan sehingga merubah sikap responden menjadi positif (menerima).

Perbedaan Efektivitas Media Booklet dan Brosur Terhadap Penguatan Pengetahuan dan Sikap Responden

Tabel 3 menunjukkan hasil skor pengetahuan responden pada media booklet sebesar 14,87 dan pada media brosur sebesar 15,73. Hasil *t-test* didapatkan nilai *p-value* sebesar 0,255. Bisa disimpulkan tidak ada perbedaan bermakna efektivitas kedua media promosi tersebut terhadap pengetahuan responden tentang program KB.

Tabel 3. Perbedaan Pengetahuan dan Sikap Responden Sesudah Penggunaan Media

Variabel	Booklet	Brosur	p-value
Pengetahuan	14,87	15,73	0,255
Sikap	38,93	39,13	0,457

Selanjutnya untuk mengetahui uji beda sikap responden terhadap program KB antara kelompok media booklet dengan kelompok media brosur, dilakukan dengan cara melihat hasil *post-test* responden sesudah dilakukan intervensi antara kelompok media booklet dengan kelompok media brosur. Yang disajikan pada tabel 2.

Tabel 3 menunjukkan hasil skor sikap responden pada media booklet sebesar 38,93 dan pada media brosur sebesar 39,13. Berdasarkan tabel diatas juga didapatkan hasil *p-value* sebesar 0,457. Bisa disimpulkan tidak ada perbedaan bermakna sikap responden terhadap program KB setelah diintervensi dengan media booklet dan media brosur. Artinya tidak ada perbedaan efektivitas kedua media promosi kesehatan tersebut terhadap pembentukan sikap responden terhadap program KB. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Putri (2020) yang menyatakan ada perbedaan efektivitas media promosi kesehatan terhadap perubahan sikap responden ((Putri et al., 2021).

Tidak adanya perbedaan efektivitas booklet dan brosur dalam perubahan sikap disebabkan karena kedua media promosi tersebut pada dasarnya memiliki banyak persamaan sebagai jenis media lini bawah dalam memberikan KIE. Keduanya memiliki komposisi yang sama dalam hal pesan gambar dan kalimat singkat, meskipun berbeda dari ukurannya, sehingga tingkat kemaksimalan penyampaian pesan dari kedua media tersebut sangat dipengaruhi oleh kapasitas dan kualitas penyajian materi/isi dalam bentuk gambar dan tulisan.

Suatu media dapat dikatakan efektif apabila media tersebut mempermudah kelancaran dalam penyampaian informasi dan pemilihan media dalam menyampaikan pesan yang dibuat oleh komunikator dapat diterima oleh komunikasi dengan jelas, sehingga maksud oleh komunikator dapat tercapai (Triulandari, 2021). Artinya dalam konteks KIE program KB pada penelitian ini bahwa media dikatakan efektif jika antara pre-test dan post-test terjadi peningkatan pengetahuan responden tentang materi KIE yang disampaikan, peningkatan yang diukur menurut nilai skor rata-rata dan pengkategorian nilai pengetahuan.

Booklet dan brosur memiliki kemampuan yang berbeda dalam menstimulus penginderaan organisme. Namun media booklet dan brosur sama-sama ditekankan untuk peningkatan aspek kognitif, aspek afektif dan psikomotor sasaran.

Brosur memiliki ukuran yang lebih besar dari pada booklet dan pesan yang disampaikan menggunakan kata-kata yang singkat dengan penjelasan dilengkapi dengan ilustrasi gambar secara ringkas. Berbeda dengan media booklet yang lebih dominan pada tulisan konten materi program KB daripada gambar, namun memuat informasi relatif lebih banyak dan lebih spesifik dibandingkan dengan brosur.

Kedua media tersebut mampu menstimulus keingintahuan responden untuk membaca lebih lanjut isi media dan memaksimalkan peningkatan pengetahuan responden, walaupun ukuran dan bentuk kedua media tersebut berbeda namun penggunaannya biasanya perorangan sehingga dapat efektif diterima seluruh sasaran.

Selanjutnya kedua kelompok media ini juga memiliki efektivitas yang sama dalam perubahan sikap responden terhadap program KB. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa media booklet dan brosur sama-sama efektif dalam merubah sikap responden. Hal tersebut berarti stimulus dari media booklet dan brosur yang dikeluarkan oleh BKKBN Provinsi Sumatera Barat mendapatkan perhatian yang sama dari responden dan diterima oleh responden, sehingga membuat kesediaan untuk mengubah sikap.

Pengetahuan merupakan komponen kognitif yang membentuk sikap. oleh karena itu media booklet dan brosur mampu memberikan landasan kognitif yang baik, dan sikap responden sama-sama menunjukkan arah sikap positif, sehingga membuat kesediaan untuk mengubah sikap terhadap program KB.

KESIMPULAN

Tidak ada perbedaan efektivitas media promosi booklet dan brosur terhadap peningkatan pengetahuan dan sikap PUS tentang program KB. Maka, Pemerintah Kabupaten Sijunjung dapat menjadikan keduanya sebagai alternatif lain dalam penguatan KIE program KB di Kecamatan Sumpur Kudus, sebagai implikasi dari penyesuaian terhadap kondisi dan kebutuhan masyarakat setempat, dimana tenaga penyuluhan KB (PKB/PLKB) yang

terbatas jumlahnya, serta kondisi geografis dan demografis masyarakat setempat yang belum memungkinkan berinteraksi dengan teknologi informasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Kabupaten Sijunjung yang telah memberi izin untuk melaksanakan penelitian di Kecamatan Sumpur Kudus.

REFERENSI

- Adam, A., & WIntoni, E. (2016). Pengaruh Media Promosi Kesehatan Terhadap Perilaku Kesehatan Pada Remaja Pelajar Kelas XI di SMA Negeri 1 Pangkajene . *Media Komunikasi Kesehatan*, 8(1), 1–9.
- Agustini, A. (2013). *Promosi Kesehatan*. EGC.
- Artaty Zega, S., Sembiring, E. B., Dzikri, A., Dwi Harlyan, G., Yugo Prasetiya, H., Uly Siahaan, A., Miranto, C., Firmanda, A., Saropi, A., Haq Zulfikar, M., Ocastian, W., Humiras Pangestu Nababan, G., Hasmito Tanbari, D., & Yolanda, I. (2020). Pembuatan Konten Multimedia untuk Pencegahan Penularan Virus Covid 19 di Pasar. *Journal of Applied Multimedia and Networking (JAMN)*, 4(2), 2548–6853. <http://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAMN>
- BKKBN. (2011). *Panduan Materi KIE “Penggarapan KB” Di Daerah Kepulauan Provinsi Sulawesi Utara*. Perwakilan BKKBN Provinsi Sumatera Utara.
- Damayanti, R., Shaluhiyah, Z., & Cahyo, K. (2017). Peningkatan pengetahuan dan sikap ibu tentang phbs tatanan rumah tangga (ASI Eksklusif) di Kabupaten Sambas melalui media leafletberbahasa daerah. *Jurnal Promosi Kesehatan Indonesia*, 12(1), 1–12.
- Efendy, O. U. (2017). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Remaja Rosda Karya.
- Habibie, D. K. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79–86.

- Hartati, S., Suryani, ad, Werna, N., Wardihan, S., Mardiana, A., & Nilawati, U. (2020). Pengaruh Penyuluhan Media Leaflet Terhadap Tingkat Pengetahuan Dan Dukungan Suami Tentang Keluarga Berencana. 12(2). <https://doi.org/10.34011/juriskesbdg.v12i2.1751>
- Hartiningsih, S. N. (2018). Pengaruh Pendidikan Kesehatan Dengan Media Audiovisual Dan Media Booklet Terhadap Sikap Caregiver Dalam Mencegah Penularan Tuberkulosis Pada Anggota Keluarga. *Jurnal Perspektif Pendidikan*, 12(1).
- Mulyana, D. (2015). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Remaja Rosda Karya.
- Murtiyarini, I., Nurti, T., & Sari, L. A. (2019). Efektivitas Media Promosi Kesehatan Terhadap Pengetahuan Remaja Tentang Pendewasaan Usia Perkawinan. *Journal Health & Science : Gorontalo Journal Health and Science Community*, 1(2), 71–78. <https://doi.org/10.35971/gojhes.v1i2.2734>
- Peate, M., Saunders, C., Gregson, J., Thewes, B., D'Abrew, N., Meiser, B., White, K., & Hickey, M. (2012). Development and Evaluation of an Information Booklet about Breast Cancer and Early Menopause. *The Breast Journal*, 18(1), 95–96. <https://doi.org/10.1111/j.1524-4741.2011.01191.x>
- Pralisaputri, K. R., Soegiyanto, H., & Muryani, C. (2016). Pengembangan Media Booklet Berbasis Sets Pada Materi Pokok Mitigasi Dan Adaptasi Bencana Alam Untuk Kelas X SMA. *Jurnal GeoEco*, 2(2), 147–154.
- Pratiwi, Y., & Aji, I. E. (2021). Pengaruh Health Literacy Melalui Media Brosur Tentang Pengobatan Gastritis Terhadap Pengetahuan Warga di Desa Muktiharjo Kabupaten Pati. *Cendekia Journal of Pharmacy*, 5(1), 63–69. <http://cjp.jurnal.stikescendekiautamakudus.ac.id>
- Putri, K. D., Semiarty, R., & Linosefa, L. (2021). Perbedaan Efektivitas Media Promosi Kesehatan Leaflet dengan Video TOSS TB Terhadap Tingkat Pengetahuan dan Sikap Masyarakat di Wilayah Kerja Puskesmas Andalas. *Jurnal Ilmu Kesehatan Indonesia*, 1(3), 343–351. <https://doi.org/10.25077/jikesi.v1i3.85>
- Tiraihati, Z. W. (2018). Analisis Promosi Kesehatan Berdasarkan Ottawa Charter Di Rs Onkologi Surabaya. *Jurnal PROMKES*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jpk.V5.I1.2017.1-12>
- Triulandari, A. B. (2021). Efektivitas Pesan Poster #Budayabeberes Dalam Mengedukasi Perilaku Hidup Bersih Konsumen Kfc Di Kota Palu. *KINESIK*, 8(2), 216.