Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
5 (3) 2025, Page: 38549-38558

Desain Media Informasi Obat pada Platform Tiktok Terhadap Fenome Stunting di Kota Jambi

Raihana Salsabila[1], Rizky Yulion Putra[2], Deni Sutrisno[3]
[1,2,3]Program Studi Farmasi, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi

Corresponding Author: Raihana, e-mail: raihanasalsabila07@gmail.com

Published: Desember, 2025

ABSTRACT

Stunting is a chronic nutritional problem that has a serious impact on children's growth and development, and its prevalence is still high in Jambi City. The lack of public understanding of stunting, including information about the right medications, is one of the important factors that need to be addressed. This research aims to design an effective and attractive drug information media through the TikTok platform to increase public awareness and knowledge about stunting in Jambi City. This research uses the design and development method with a quantitative approach. The stages include needs analysis, drug information media content design, prototype development, implementation, and evaluation. Data was collected through pre-test and post-test on the same target group before and after being given information media intervention through the TikTok platform. Data analysis used a paired sample t-test to determine the significant differences between public knowledge before and after exposure to information media. The results of the study show that the TikTok platform has great potential as an effective information medium due to its popularity among the public, including young mothers who are the main targets in stunting prevention. The content of the drug information media is designed to include short educational videos, animations, infographics, and testimonials that are presented in an attractive and easy-to-understand manner. The results of the paired sample t-test showed a significant difference between public knowledge before and after being given information media intervention through the TikTok platform. This study concludes that the design of drug information media on the TikTok platform can be an effective strategy in overcoming the problem of stunting in Jambi City. Interesting and easily accessible information media through digital platforms can increase public awareness and knowledge about stunting, so it is expected to contribute to efforts to prevent and control stunting in the area.

Keywords: *Information Media, Stunting, Tiktok, Treatment, Education, Jambi Community*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Mempersiapkan generasi emas Indonesia untuk tahun 2045 merupakan tantangan yang besar, terutama karena masih adanya masalah stunting yang masih menjadi salah satu masalah gizi yang paling mendesak pada bayi dan anak di bawah usia dua tahun. Penanganan stunting sangat penting, karena dapat menghambat pengembangan sumber daya manusia, berdampak negatif pada tingkat kesehatan secara keseluruhan, dan bahkan dikaitkan dengan peningkatan angka kematian anak. Berdasarkan hasil Survei Status Gizi Balita Indonesia (SSGBI), angka stunting meningkat signifikan dari 37,8% pada tahun 2013 menjadi 27,67% pada tahun 2019. Meskipun demikian, angka ini masih lebih tinggi dari tingkat yang direkomendasikan oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO). (Bedasari et al., 2021).

Prevalensi stunting terus menurun dari waktu ke waktu, menurut hasil Riset Kesehatan Dasar Indonesia. Frekuensi stunting di Indonesia pada tahun 2013 adalah 37,2% secara nasional, dengan persentase tertinggi—51,7%—ditemukan di Provinsi Nusa Tenggara Timur dan terendah—27,5%—ditemukan di DKI Jakarta. Pada tahun 2018, angka nasional tersebut menurun menjadi 30,8%. Meskipun terjadi perbaikan, Nusa Tenggara Timur masih mencatatkan prevalensi tertinggi sebesar 42,6%, dan DKI Jakarta tetap menjadi provinsi dengan prevalensi terendah sebesar 17,7%.

Pada tahun 2018, prevalensi stunting yang dilaporkan adalah 30,1% di Provinsi Jambi. Kabupaten Tanjung Jabung Barat memiliki tingkat kejadian tertinggi sebesar 44%, sedangkan Kabupaten

Sarolangun memiliki tingkat terendah sebesar 18,8%, menurut statistik dari Dinas Kesehatan Provinsi Jambi. Sebaliknya, Kota Jambi memiliki tingkat stunting sebesar 26,2%. Perlunya intervensi yang terfokus untuk mengatasi masalah stunting di seluruh provinsi secara lebih berhasil ditunjukkan oleh kesenjangan regional ini. (Arnita et al., 2020)

Kualitas dalam memberikan pelayanan informasi obat, sikap dan keterampilan, serta gaya hidup masyarakat dapat menjadi faktor utama keberhasilan dalam pencegahan stunting. Ketidaksepahaman masyarakat dalam mencegah terjadinya stunting menjadi salah satu penyebabnya. Hal tersebut dikarenakan sedikitnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang informasi obat dalam mencegah stunting. Sehingga dalam mencegah stunting melalui informasi obat dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat dalam mencegah terjadinya stunting. Pemberian informasi obat pada masyarakat diharapkan dapat merubah prilaku dan gaya hidup masyarakat sehingga dapat meningkatkan motivasi dalam mencegah terjadinya stunting (Apriliyani, Istianah, 2020).

TikTok adalah situs web jejaring sosial dan video berdurasi pendek asal Tiongkok yang berdiri pada September 2016. Perangkat lunak ini memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi musik pendek dan video lip-sync mereka sendiri, yang sering kali dilengkapi dengan filter, efek, dan musik. Dengan 45,8 juta unduhan di seluruh dunia pada kuartal pertama (Q1) tahun 2018, TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh. Angka ini melampaui aplikasi populer lainnya seperti Instagram, Facebook Messenger, WhatsApp, dan YouTube, yang menunjukkan kenaikan cepat TikTok ke puncak pasar aplikasi global. (Aprilian, D., Elita, Y., & Afriyati, V. 2020).

Media edukasi berfungsi sebagai mediator dalam proses pembelajaran, mentransfer informasi dari sumber ke penerima. Sumber belajar, soal latihan, film, permainan, dan masih banyak lagi dapat dianggap sebagai bentuk media pendidikan. Salah satu media pendidikan yang paling sering digunakan di kalangan Generasi Z saat ini adalah video. Tik Tok akan menayangkan film pembelajaran dengan durasi mulai dari 15 detik hingga tiga menit. Karena media sosial Tik Tok disertai dengan ilustrasi dan musik latar, dapat dilihat kapan saja dan dari lokasi mana saja, ramah pengguna, dan memiliki jumlah aplikasi yang tidak terbatas, maka berpotensi meningkatkan rentang perhatian. (Rahmana et al., 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam kategori *cross-sectional* dan menggunakan rancangan penelitian deskriptif. Pengambilan data dilakukan secara cross sectional yaitu dengan melakukan penelitian yang sedang berlangsung selama 2 minggu. Desain penelitian ini menggunakan pendekatan desain pra-tes dan pasca-tes, yang melibatkan serangkaian individu dan sampel yang menerima penilaian berbeda sebelum dan sesudah perlakuan.

Waktu penelitian ini dimulai sejak perancangan video yaitu 3 November 2024 kemudian video yang sudah dirancang kemudian dibuat dan diupload pada tanggal 5 November 2024 melalui platform TikTok. Audiens kemudian akan diberikan arahan untuk mengikuti pre test dan post test yang telah dibuat sebelum dan sesudah menonton video yang ada.

Penelitian ini dilakukan secara daring oleh karena itu tempat penelitiannya adalah melalui internet dengan menggunakan media sosial serta google form. Akan tetapi, untuk audiens yang mengisi data dibatasi hanya untuk masyarakat yang berdomisili di Jambi. Populasi dalam penelitian ini, adalah orang yang menonton video kemudian mengisi pre test dan post test yang diberikan. Hasilnya didapatkan total 73 orang yang menjadi populasi dari penelitian ini. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah 71 orang dikarenakan 71 orang ini telah mengisi baik pre test maupun post test. Peneliti akan menggunakan kuesioner sebagai sumber data utamanya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis kuesioner tertutup, di mana responden hanya diminta untuk memilih jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Data sekunder yang akan digunakan untuk mendukung penelitian dalam penelitian ini akan diperoleh melalui referensi pustaka dari buku, jurnal, dan sumber lain yang relevan dengan pokok bahasan yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat utama untuk mengumpulkan data. Pada penelitian ini, peneliti berencana untuk menggunakan kuesioner online Google Form dengan bentuk kuesioner tertutup atau closed question yang dimana nantinya responden diminta untuk memilih pilihan jawaban yang tepat.

Tabel 1 Kisi-kisi Angket Penelitian

Variabel	Konsep	Indikator
Media Informasi Kesehatan	Media sosial adalah kelompok aplikasi yang dapat memberikan manfaat berbagai macam hal, salah satunya dapat menyajikan konten edukasi atau pembelajaran digital (Fitriani, 2021)	Informasi yang diunggah melalui akun kredibel dan dapat dipercaya.
		Konten selalu menyajikan fakta dan data.
		Konten selalu menampakkan informasi secara fakta.
		Konten menyajikan informasi yang tidak menyesatkan.
		Konten akun dapat dengan mudah dipahami.
		Informasi dari konten jelas tersampaikan.
Fenomena Stunting	Seorang balita dikatakan terhambat pertumbuhannya jika tinggi atau panjang tubuhnya kurang dari rata-rata usianya, khususnya jika ukurannya kurang dari dua simpangan baku di bawah median standar pertumbuhan anak dari Organisasi Kesehatan Dunia (WHO).(Rochmatun Hasanah et al., 2023)	Konten memberikan inspirasi mengenai Fenoma Stunting.
		Konten memberikan wawasan baru tentang fenomena stunting.
		Pengguna merasa informasi yang disampaikan berguna.
		Pengguna mengakses konten untuk memenuhi motivasinya melakukan tindakan preventif stunting pada anak.
		Informasi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan.
		Konten memotivasi pengguna mengambil tindakan.

Dalam situasi ini, data dikumpulkan dan dianalisis menggunakan berbagai dokumen, termasuk literatur, buku, jurnal, arsip, dan sumber lain yang terkait atau relevan dengan subjek yang sedang diselidiki. Instrumen penelitian dilakukan untuk mengukur pengetahuan yang digunakan adalah pre-test, intervensi,dan post test yakni:

a. Pre-test
   Sebelum diberikan video responden mengisi kuisioner pre-test terlebih dahulu.
b. Intervensi
   Setelah mengisi pre-test responden akan diberikan video edukasi terkait informasi obat melalui link video yang diperlihatkan langsung melalaui akun TikTok peneliti.
c. Post-test
   Setelah diberikan video informasi terkait fenomena stunting responden diminta untuk mengisi kuisioner post-test, kuisioner diberikan ialah kuisioner yang sama pada saat pre-test. Sebelum melihat video, responden akan diberikan pre-test terlebih dahulu setelah diberikan informasi menggunakan audio visual maka responden mengisi post-test. Video akan dibagikan melalui *platform* TikTok agar dapat memudahkan audiens untuk melihat kembali video pemberiaan informasi mengenai stunting, video memiliki durasi selama 3-5 menit.





Di dalam video berisi mengenai:

1. Stunting yang terdiri dari definisi, faktor penyebab, gejala sunting, dan cara pencegahan.
2. Suplemen stunting terdiri dari pengertian, manfaat dan dampak jika tidak mengkonsumsi suplemen dengan rutin, efek samping yang ditimbulkan, dan cara mengatasinya.
3. Pengetahuan audiens terhadap informasi stunting dalam memahami dampak, penyebab, serta hal-hal yang harus diperhatikan ketika mengalami stunting.

Instrumen penelitian ini menggunakan pengetahuan yang telah divalidasi sebelumnya:

Validitas merupakan indikator apakah suatu alat ukur secara akurat mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validasi dilakukan oleh seorang pakar. Validitas ditentukan dengan memberikan kuesioner kepada seorang pakar atau praktisi, dan hasilnya dijelaskan menggunakan rumus Aiken V.

Pada uji Validitas ini penulis menggunakan data yang diperoleh dari 2 orang ahli. Ahli pertama adalah Apt. Asti Rahayu S.Farm, lembar validasi ini diisi pada tanggal 15 juli 2024. Ahli kedua adalah Apt. Linda Lestari S.Farm, lembar validasi ini juga diisi pada tanggal 15 juli 2024.

Data yang diperoleh dari hasil validitas diolah menggunakan rumus Aiken's V sebagai berikut.

$$V = \frac{\sum s}{n(c\ -\ 1)}$$

Keterangan:

V = Indeks Validitas
s = r – Io
r = Skor yang diberikan panel ahli
Io = Skor terendah dalam kategori penilaiam
n = Banyak validator
c = Banyaknya kategori penilaian

Tabel 2 Uji Validitas

Butir	Ahli		s1	s2	Σ s	v
	Ahli 1	Ahli 2				
1	2	4	1	3	4	0.5
2	3	2	2	1	3	0.375
3	4	4	3	3	6	0.75
4	5	1	4	0	4	0.5
5	5	5	4	4	8	1
6	3	5	2	4	6	0.75
7	5	1	4	0	4	0.5
8	2	4	1	3	4	0.5
9	5	1	4	0	4	0.5
10	5	3	4	2	6	0.75
11	3	1	2	0	2	0.25
12	2	4	1	3	4	0.5
13	5	2	4	1	5	0.625
14	5	5	4	4	8	1
15	3	4	2	3	5	0.625
16	5	2	4	1	5	0.625
17	5	3	4	2	6	0.75
18	3	4	2	3	5	0.625
19	2	2	1	1	2	0.25
20	5	5	4	4	8	1

Indeks V berkisar antara nol sampai satu. Indeks V yang dihasilkan dari hasil perhitungan dikatakan valid jika memenuhi nilai validitas minimum yang ditentukan oleh koefisien validitas pada

tabel Aiken. Nilai koefisien validitas yang digunakan disini adalah 0,2 sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan tabel 4.3 didapatkan hasil bahwa butir pertanyaan 1 sampai dengan 20 adalah valid dan dapat digunakan. Teknik analisa data dilakukan melalui:

a. Editing

Data hasil pre-test dan post-test dimasukkan kedalam kolom-kolom kuisioner yang telah tersedia yang meliputi pertanyaan mengenai pengetahuan audiens tentang stunting.

b. Tabulating

Untuk menilai pengetahuan audiens tentang stunting dapat dihitung dengan rumus:

$$nilai = \frac{\text{jumlah benar}}{jumlah\ pasien} \text{x}100\%$$

c. Coding

Untuk analisis data, diperlukan sampel. Uji t adalah uji parametrik yang dapat digunakan pada dua set data. Tujuan dari percobaan ini adalah untuk menentukan apakah ada perbedaan antara kedua sampel. Oleh karena itu, data dari kedua sampel harus berukuran sama atau berasal dari sumber yang sama.

d. Scorsing

Untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan pemahaman dapat dilakukan dengan pengkategorian dengan tiga tingkatan yang didasarkan pada nilai hasil yaitu :

1) Tingkat pengetahuan kategori tinggi >80
2) Tingkat pengetahuan kategori sedang 50-75
3) Tingkat pengetahuan kategori rendah <50

Sehingga dengan demikian tingkat pengetahuan audiens dapat dikategorikan dengan tingkatan sebagai berikut:

Tabel 3 Tingkat pengetahuan

Kateogori	Nilai
Baik	80-100
Cukup	50-75
Kurang	0-45

Uji yang dilakukan pada analisa data ialah uji beda sebelum dan sesudah diberikan video TikTok, yakni:

a. Uji prasyarat

1) Uji normalitas

Membuat grafik distribusi frekuensi dengan hasil terkini merupakan uji kenormalan yang paling sederhana. Uji kenormalan menetapkan apakah residual atau variabel pengganggu dalam model regresi terdistribusi secara normal.

2) Uji homogenitas

Untuk menentukan apakah populasi video yang berbeda sama atau tidak, uji homogenitas digunakan. Saat mengambil temuan dari uji statistik, uji ini juga digunakan sebagai acuan.

b. Uji paired sampel T-Test

Analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah Uji-t berpasangan *(paired sampel t-test)*. Uji-t dengan paired T-Test digunakan untuk mengevaluasi perlakuan (*treatment*) tertentu terhadap satu sampel yang sama pada dua periode yang berbeda, sehingga dari perlakuan tersebut akan didapatkan dua data sampel yang berbeda yaitu data pre-test dan post-test.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data nilai yang diperoleh akan dianalisis menggunakan uji deskriptif, uji normalitas, uji homogenitas, serta uji paired sample t-test dengan bantuan program SPSS. Penelitian dilakukan dengan membuat sebuah desain media informasi dalam bentuk video yang kemudian diunggah dalam akun TikTok penulis. Setelah video tayang audiens kemudian akan diberikan tautan yang berisi kuesioner yang berisi pre-test dan post test yang akan diisi sebelum dan sesudah audiens menonton media video

yang telah ada. Berdasarkan populasi orang yang mengisi kuesioner didapatkan total sampel penelitian sebanyak 71 orang dengan deskrispi sebagai berikut.

Tabel 4 Distribusi Peserta berdasarkan Jenis Kelamin dan Umur

Variabel	n = 71	%
Jenis Kelamin		
Laki Laki	29	40.84
Perempuan	42	59.15
Umur		
21-35	41	57.74
36-40	21	29.57
41-50	9	12,68

Tabel 4 menunjukkan bahwa, dari 71 audiens, kategori gender terbesar memiliki 42 (59,15%) peserta perempuan dan terendah dengan 29 (40,84%) peserta laki-laki. Kelompok usia terbesar memiliki 41 (57,74%) peserta berusia 21-35 tahun, sedangkan terendah memiliki 9 (12,68%) peserta berusia 41-50 tahun.

Tabel 5 Hasil Uji Analisis Deskriptif

Data Deskriptif	Pre test	Post Test
Mean	56.13	95
Std Deviation	14.741	5.976
Minimum	30	70
Maximum	95	100
Kategori		
Baik	3	68
Cukup	44	3
Kurang	24	-

Tabel 5 merupakan hasil analisa deskriptif dari data yang didapatkan melalui kuesioner. Pada saat pre-test, nilai terendah yang diperoleh adalah 30, sedangkan nilai tertinggi mencapai 95. Rata-rata nilai yang diperoleh oleh audiens dalam pre-test adalah 56,13, dengan rincian sebanyak 3 orang masuk kategori baik, 44 orang kategori cukup, dan 24 orang kategori kurang. Sementara itu, pada post-test, nilai terendah yang diperoleh adalah 70 dan nilai tertinggi mencapai 100. Rata-rata nilai peserta dalam post-test meningkat menjadi 95, dengan 68 orang berada pada kategori baik, 3 orang pada kategori cukup, dan tidak ada peserta yang termasuk dalam kategori kurang.

Tabel 6 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Uji	P. Value	Keterangan
Pre Test & Post Test	Normalitas	0,32	lebih dari >0,05 yaitu 0,32. Maka dapat dikatakan data nilai dari pengetahuan audiens berdistribusi normal

Tabel 6 menunjukkan hasil uji normalitas terhadap data pengukuran pengetahuan audiens yang memiliki distribusi normal, ditunjukkan dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,32 yang melebihi angka 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data pengetahuan audiens berdistribusi normal, sehingga analisis dapat dilanjutkan ke tahap uji homogenitas.

Tabel 7 Hasil Uji Homogenitas

Uji	P. Value	Keterangan
Homogenitas	0.001	Nilai P. Value >0,05 dapat dikatakan data yang diperoleh tidak homogen

Tabel 7 menampilkan hasil uji homogenitas dengan nilai sig 0,001. Jika nilai sig yang diperoleh tidak lebih besar dari 0,05, maka data dianggap tidak homogen. Akan tetapi, homogenitas bukanlah prasyarat mutlak, yang berarti bahwa meskipun varians data tidak seragam atau homogen, uji t sampel tetap dapat digunakan untuk menganalisis data penelitian. (Adi Apriadi Adiansha et al., 2020).

Tabel 8 Hasil Uji Paired Sample T tes

Variabel	Uji	P. Value	Keterangan
Pre Test & Post Test	Paired Sample T Test	0.001	Nilai P. Value lebih kecil daripada <0,05 yakni 0,001, dalam hal ini dapat dikatakan ada pengaruh yang signifikan

Tabel 8 menyajikan hasil uji t-test, di mana nilai signifikansi (sig 2-tailed) sebesar 0,001, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari penerapan media informasi tentang stunting terhadap tingkat pengetahuan audiens.

Stunting, sebagai masalah gizi kronis pada anak, masih menjadi tantangan besar di Indonesia. Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan upaya-upaya inovatif dalam penyebarluasan informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas video edukasi berdurasi pendek yang diunggah di platform tiktok sebagai media sosialisasi mengenai stunting. Tiktok dipilih sebagai media karena efektivitasnya dalam penyebaran informasi khususnya remaja yang menjadi target utama dalam upaya pencegahan stunting. Hal ini sejalan dengan Savira Amadhea (2021). Artinya ada perbedaan antara self concept penonton untuk pre-test dan post-test, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada efektivitas penggunaan media tiktok dalam pengeduasian untuk meningkatkan self concept penonton. Video edukasi ini dirancang dengan bahasa yang sederhana, visual yang menarik, dan durasi yang singkat agar mudah dipahami dan diingat oleh penonton.

Setelah video edukasi mengenai stunting diunggah ke platform tiktok, tautan kuesioner yang telah disiapkan segera disebarluaskan. Namun terdapat kendala pada saat penyebaran tautan kusioner yang telah diinformasikan dalam video tidak dapat disalin. Sehingga dibagian deskripsi, penonton diarahkan untuk menyalin tautan tersebut dibagian kolom komentar agar dapat di akses.

Periode pengumpulan data berlangsung selama dua minggu, yaitu sejak tanggal 2 November 2024 hingga 16 November 2024. Rentang waktu ini dianggap cukup untuk memberikan kesempatan kepada responden dalam mencerna informasi yang diperoleh dari video dan mengisi kuesioner secara cermat.

Dari total tautan kuesioner yang disebarluaskan, berhasil diperoleh 71 data yang valid. Jumlah responden ini tergolong cukup memadai untuk dilakukan analisis statistik. Data yang terkumpul terdiri dari dua jenis, yaitu data pre-test dan post-test. Pre-test diisi oleh responden sebelum menonton video edukasi, sedangkan post-test diisi setelah menonton video. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dirancang secara khusus untuk mengukur tingkat pengetahuan responden mengenai stunting pada berbagai aspek, seperti definisi stunting, faktor penyebab, dampak, dan upaya pencegahan.

Untuk menguji secara statistik apakah perbedaan nilai rata-rata pre-test dan post-test tersebut signifikan, dilakukan uji paired sample t-test. Hasil uji t-test inilah yang akan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara nilai pre-test dan post-test ($p < 0,05$). Pemilihan uji paired sample t test dikarenakan pengujian ini sesuai dengan model penelitian yang dilakukan. Menurut Azka (2023), uji-t atau dikenal juga sebagai uji perbedaan digunakan untuk mengetahui signifikansi perbedaan antara dua rata-rata populasi berdasarkan sampel acak. Dalam konteks penelitian eksperimen, uji-t dimanfaatkan untuk menganalisis perbedaan skor pretest dan posttest antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol.

Sebelum melakukan uji paired sample T test terdapat beberapa pengujian yang harus dilakukan diawali dengan uji normalitas untuk mengetahui alur distribusi data apakah berjalan dengan lancar atau tidak. Data nilai pengetahuan khalayak terdistribusi normal, menurut hasil uji kenormalan. Nilai signifikansi asimptotik uji kenormalan (Asymp.Sig), yang sebesar 0,32, menggambarkan hal ini. Tingkat signifikansi umum penelitian, yang sebesar 0,05, lebih kecil dari nilai signifikansi ini. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol—bahwa data terdistribusi secara teratur—tidak berhasil ditolak. Akibatnya, dapat dikatakan bahwa data nilai pengetahuan khalayak terdistribusi secara normal.

Dalam konteks penelitian ini, hasil uji normalitas yang menunjukkan distribusi normal pada data pengetahuan audiens memberikan dasar yang kuat untuk melanjutkan analisis data menggunakan uji paired sample t-test. Hal ini memungkinkan kita untuk menarik kesimpulan yang valid mengenai efektivitas media video dalam meningkatkan pengetahuan audiens tentang stunting.

Data akan menjalani uji homogenitas setelah hasil distribusi normal dari uji kenormalan data. Data nilai pengetahuan khalayak pada uji pra dan uji pasca tidak homogen, menurut hasil uji homogenitas. Uji homogenitas menghasilkan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,001. Oleh karena itu, data nilai pengetahuan khalayak pada kedua kelompok ini dapat diartikan berasal dari populasi dengan variasi yang berbeda. Uji homogenitas digunakan dalam analisis statistik untuk memastikan apakah sekumpulan data dari suatu populasi memiliki varian yang seragam atau tidak.

Pengujian ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis komparatif, meskipun tidak bersifat wajib. Salah satu asumsi penting dalam Analysis of Variance (ANOVA) adalah bahwa populasi yang dianalisis memiliki varians yang setara atau homogen. Meskipun demikian, homogenitas bukanlah syarat absolut, sehingga meskipun data tidak memiliki varians yang sama (tidak homogen), analisis tetap dapat dilanjutkan menggunakan uji t-test sampel untuk mengolah data penelitian. (Adi Apriadi Adiansha et al., 2020).

Walaupun hasil dari uji homogenitas mendapatkan hasil bahwa data tidak homogen, akan tetapi dikarenakan ini bukanlah syarat mutlak maka kita dapat melanjutkan analisis data dengan menggunakan uji t-test untuk membandingkan rata-rata nilai pengetahuan audiens pada pre-test dan post-test. Uji t-test yang sesuai untuk data berpasangan (paired sample t-test) akan digunakan untuk melihat apakah terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara nilai rata-rata kedua kelompok tersebut.

Hasil uji t-test menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari penggunaan media video dalam meningkatkan pengetahuan audiens mengenai stunting. Nilai signifikansi dua sisi (two-tailed) yang diperoleh dari uji t-test adalah 0,001. Nilai ini lebih rendah dari tingkat signifikansi 0,05 yang sering digunakan dalam penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol, yang menyatakan tidak ada perbedaan yang jelas dalam tingkat pengetahuan audiens sebelum dan sesudah menerima perlakuan (dalam hal ini, menonton film instruksional), dapat ditolak.

Dengan kata lain, hasil uji statistik ini memberikan bukti kuat bahwa penggunaan media video sebagai alat edukasi telah berhasil meningkatkan pengetahuan audiens secara signifikan. Perbedaan yang signifikan ini menunjukkan bahwa intervensi yang dilakukan, yaitu pemberian video edukasi, telah memberikan dampak yang nyata pada peningkatan pemahaman audiens tentang stunting.

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa hasil uji Paired Sample t-test menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan yang sangat signifikan pada kelompok eksperimen, dengan nilai signifikansi $p = 0,001$. Artinya, pemanfaatan media video terbukti lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang stunting. Pembelajaran melalui media video mampu meningkatkan pengetahuan secara lebih optimal. Hal ini mendukung gagasan bahwa semakin banyak indera yang digunakan dalam proses pembelajaran, semakin banyak informasi yang dapat diserap dan semakin mudah dipahami serta jelas pesan yang disampaikan. Hasil ini menegaskan bahwa masyarakat memberikan respon positif terhadap penyebaran informasi mengenai stunting melalui media sosial TikTok.

Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan dalam kegiatan penyuluhan dipengaruhi oleh jenis media yang digunakan, karena media memiliki kemampuan dalam membentuk pengetahuan dan sikap seseorang. Khususnya, media video memiliki peran penting dalam pelaksanaan penyuluhan kesehatan kepada masyarakat karena dapat meningkatkan pengetahuan. Media ini tidak hanya menjadi sarana pengembangan kreativitas, tetapi juga berfungsi sebagai alat penyampaian informasi yang menarik dan interaktif. Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan langsung masyarakat sebagai audiens, terlihat bahwa penggunaan video memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan pengetahuan, sebab informasi yang disampaikan menjadi lebih mudah dipahami.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan hasil studi yang dilakukan oleh Fitatul (2017), yang menunjukkan bahwa penggunaan media video dalam penyuluhan tentang pernikahan dini dapat meningkatkan pengetahuan, dengan nilai p-value sebesar 0,001, menandakan adanya peningkatan pengetahuan yang signifikan. Demikian pula, hasil analisis terhadap penggunaan media video dalam penyuluhan mengenai stunting juga menunjukkan peningkatan pengetahuan yang signifikan, dengan p-value sebesar 0,001. Hal ini membuktikan bahwa penyuluhan menggunakan media video efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang stunting.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa nilai pengetahuan awal khalayak sebelum terpapar media informasi masih kurang. Hal ini terlihat dari data yang menunjukkan bahwa 3 orang memperoleh kategori nilai sangat baik, 42 orang memperoleh kategori nilai cukup, dan 24 orang memperoleh nilai 56,18 yang berada di bawah rata-rata. Setelah menerima media informasi, nilai pengetahuan audiens sangat tinggi. Dari pemaparan tersebut terlihat bahwa 68 orang memperoleh kategori nilai baik, 3 orang memperoleh nilai cukup, dan tidak ada yang memperoleh nilai lebih buruk dari baik. 95 merupakan hasil rata-rata yang diperoleh dari peserta post-test. Nilai P sebesar 0,001. Berdasarkan pedoman uji t sampel berpasangan, terjadi peningkatan yang cukup besar pada pengamatan data yang tersedia apabila hasil nilai P kurang dari 0,05. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa setelah memperoleh informasi media, derajat pengetahuan audiens meningkat cukup besar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga yang dengan sabar mendukung dan mendoakan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi, seluruh dosen, dosen pembimbing dan dosen penguji rekan-rekan seangkatan pada Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi.

DAFTAR PUSTAKA

Adi Apriadi Adiansha, Husnul Khatimah, & Asriyadin. (2020). Pengembangan Kreativitas Dalam Pembelajaran Matematika Melalui Model Brain Based Learning Siswa Sekolah Dasar. *JURNAL PENDIDIKAN MIPA*, *10*(1), 45–52. https://doi.org/10.37630/jpm.v10i1.327

Apriliyani, Istianah, R. (2020). Vol 10, No 1, Maret 2020. *Perbedaan Tingkat Kecemasan Pada Pasien Congestive Heart Failure Kelas Fungsional 1 Dan 2 Di Poliklinik Jantung RSUD Al-Ihsan Tahun 2020*, *10*(1), 38–53.

A.Rafiq. (2020). DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL SUATU MASYARAKAT. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Global Komunika*, *Vol. 3 No. 1 (2020)*.

Arnita, S., Rahmadhani, D. Y., & Sari, M. T. (2020). Hubungan Pengetahuan dan Sikap Ibu dengan Upaya Pencegahan Stunting pada Balita di Wilayah Kerja Puskesmas Simpang Kawat Kota Jambi. *Jurnal Akademika Baiturrahim Jambi*, *9*(1), 7. https://doi.org/10.36565/jab.v9i1.149

Bedasari, H., Novita, F., Azmi, Sambuardi, R., & Safitri, P. (2021). Implementasi Kebijakan Cegah Stunting Di Desa Sepedas Kelurahan Pasir Panjang Kabupaten Karimun. *Jurnal Awam*, *1*(2), 45–50.

Berlian, S., Mahmudah, ; Umi, Suparman, ;, Rahmat, ; Mamat, Gizi, J., & Kemenkes Bandung, P. (2024). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA EDUKASI PENCEGAHAN KEKURANGAN ENERGI KRONIS DI SMAN 6 CIMAHI. *JURNAL GIZI DAN DIETETIK*, *3*. https://doi.org/10.34011/jgd.v3i2.2776

Bustami, B., & Ampera, M. (2020). The identification of modeling causes of stunting children aged 2–5 years in Aceh province, Indonesia (Data analysis of nutritional status monitoring 2015). *Open Access Macedonian Journal of Medical Sciences*, *8*(E), 657–663. https://doi.org/10.3889/oamjms.2020.4659

Delian Adlofeno, Nanang Sandhy Firmansyah, Feraldy Alief Pradana, Iin Santika Agustini, & Ni Putu Sephia Ananda Vijaya. (2022). Sosialisasi Stunting Sebagai Upaya Pencegahan Stunting di Desa Jerowaru, Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, *4*(3), 113–115. https://doi.org/10.29303/jpmpi.v4i3.2018

Esha, D., Mubin, A., & Hakim, F. (2023). Mengenal Lebih Dalam Ciri – ciri Stunting , Cara Pencegahannya , dan Perilaku Hidup Sehat dan Bersih. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *2*(6), 24–28.

Fadilah STAI KHEZ Muttaqien Purwakarta, A. D., Rizki Nurzakiyah STAI KHEZ Muttaqien Purwakarta, K. D., Atha Kanya STAI KHEZ Muttaqien Purwakarta, N. D., & Setiawan, U. (n.d.). Pengertian Media, Tujuan, Fungsi, Manfaat dan Urgensi Media Pembelajaran Sulis Putri Hidayat STAI DR. KHEZ Muttaqien Purwakarta. *Journal of Student Research (JSR)*, *1*(2).

Fajriati, R., Herawati, H., Asyura, F., & Ilhamsyah, P. (2023). Edukasi Bullying Menggunakan Media Audio Visual Pada Siswa Sd Kelas Vi Mis Hafizh Cendekia Banda Aceh. *Journal of Education Science*, *9*(1), 1. https://doi.org/10.33143/jes.v9i1.2848

Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, *5*(4), 1006–1013. https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609

Gunawan, R., Aulia, S., Supeno, H., Wijanarko, A., Uwiringiyimana, J. P., Mahayana, D., & Teknik, S. (2020). ADIKSI MEDIA SOSIAL DAN GADGET BAGI PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA. *Jurnal Techno-Socio Ekonomika*, *14*(1).

Hadijah Batjo, S., Kemenkes Palu, P., & Tengah, S. (2022). Upaya Pencegahan dan Penanganan Stunting. *Faletehan Health Journal*, *9*(2), 176–184. www.journal.lppm-stikesfa.ac.id/ojs/index.php/FHJ

Herdiyani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). PERANAN MEDIA SOSIAL DALAM MENGEMBANGKAN SUATU BISNIS: LITERATURE REVIEW. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *18*(2), 103–121. https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121

Hidayah, N. M., Mintarsih, S. N., & Ambarwati, R. (2022). Edukasi Gizi Seimbang dengan Media Video terhadap Pengetahuan dan Sikap Remaja Putri. *Sport and Nutrition Journal*, *4*(1), 1–6. https://doi.org/10.15294/spnj.v4i1.55246

Lestari, W., Samidah, I., & Diniarti, F. (2022). *Hubungan Pendapatan Orang Tua dengan Kejadian Stunting di Dinas Kesehatan Kota Lubuklinggau*. *6*(1995), 3273–3279.

Norma. (2021). MENINGKATKAN HASIL BELAJAR PESERTA DIDIK MELALUI MEDIA VIDEO PEMBELAJARAN PADA PEMBELAJARAN JARAK JAUH DI MASA PANDEMI COVID-19. *SOCIAL : Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, *1(2)*. https://doi.org/10.51878/social.v1i2.697

Nurhayati, & Islam, M. A. (2022). Perancangan Konten Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Dedado Batik Di Surabaya. *Jurnal Barik*, *3*(2), 112–124.

Nurimani, S., & Kurniasari, R. (2024). Pengaruh Pemberian Media Poster, Vidio dan Live Instagram terhadap Pengetahuan Ibu Mengenai Stunting (Desa Astanajapura). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 9171–9176.

Rahmadhita, K. (2020). Permasalahan Stunting dan Pencegahannya Stunting Problems and Prevention. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada*, *11*(1), 225–229. https://doi.org/10.35816/jiskh.v10i2.253

Rahmana, P. N., Putri N, D. A., & Damariswara, R. (2022). PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA EDUKASI DI ERA GENERASI Z. *Akademika*, *11*(02), 401–410. https://doi.org/10.34005/akademika.v11i02.1959

Rochmatun Hasanah, Fahimah Aryani, & Effendi, B. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pencegahan Stunting Pada Anak Balita. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, *2*(1), 1–6. https://doi.org/10.59025/js.v2i1.54

Rusliani, N., Hidayani, W. R., & Sulistyoningsih, H. (2022). Literature Review: Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Kejadian Stunting pada Balita. *Buletin Ilmu Kebidanan Dan Keperawatan*, *1*(01), 32–40. https://doi.org/10.56741/bikk.v1i01.39

Salsabila, E. F., Hanggara, G. S., & Dwi, R. (2021). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Sopan Santun Siswa Smk Pgri 2 Kediri. *Seminar Nasional Virtual, Konseling Kearifan Nusantara*, 32–41.

Suryani, K., Rini, M. T., Hardika, B. D., & Widiastari, N. K. (2023). Analisis Faktor Penyebab Kejadian Stunting. *Jurnal Keperawatan Florence Nightingale*, *6*(1), 8–12. https://doi.org/10.52774/jkfn.v6i1.112

Tasyrifah, G. M. (2021). Literature Review: Causes of Stunting in Toddlers. *Proceeding The First Muhammadiyah Internasional- Public Health and Medicine Conference First Edition*, *1(1)*. http://e-journal.fkmumj.ac.id/

Tiasya Sanas, N. (2024). Pengaruh Edukasi Pola Makan Seimbang dan Pemberian Modifikasi Obat Herbal pada Ibu Hamil dalam Pencegahan Stunting. *Preventif : Jurnal Kesehatan Masyarakat*, *15(3)*.

Wahyu Setiawan, A., & Ariani, M. B. N. (2022). Determinasi Faktor Yang Mempengaruhi Indeks Pembangunan Manusia Provinsi Jawa Barat Tahun 2015 – 2019. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, *3*(1), 1–9. https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.505

Yuanta, F. (2020). Pengembangan Media Video Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial pada Siswa Sekolah Dasar. *Trapsila: Jurnal Pendidikan Dasar*, *1*(02), 91. https://doi.org/10.30742/tpd.v1i02.816