

# JURNAL KEDOKTERAN DAN KESEHATAN

## Pra Tes Informasi, Edukasi dan Komunikasi Melalui Media Video Pencegahan COVID-19 pada Mahasiswa Kesehatan dan Non Kesehatan

<sup>1</sup>Yudhi Adrianto, <sup>2</sup>Nurmalia Lusida, <sup>3</sup>Safitri Widayanti Putri, <sup>4</sup>Cindy Prastika, <sup>5</sup>Rohana Uly Siregar, <sup>6</sup>Hadi Pratomo

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Magister Ilmu Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Indonesia

<sup>6</sup>Departemen Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Indonesia  
Universitas Indonesia, Fakultas kesehatan masyarakat, Pondok Cina, Kota Depok, Jawa Barat 12345

Email: [pratomohadi@gmail.com](mailto:pratomohadi@gmail.com)

### ABSTRAK

*Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)* dinyatakan sebagai pandemi dunia oleh WHO pada tanggal 12 Maret 2020. Edukasi pencegahan COVID-19 perlu dilakukan pemerintah dalam upaya menekan penyebaran infeksi, menggugah kesadaran, memberikan atau meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang pemeliharaan dan peningkatan kesehatan baik bagi dirinya sendiri, keluarga, dan masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah *Pre-Testing Information, Education and Communication (IEC)* fokus COVID-19 melalui media video dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia dengan komponen metode penelitian kualitatif triangulasi sumber dari variabel *attraction, comprehension, acceptability, self-involvement, dan persuasion*. Subjek penelitian terdiri dari 9 informan yaitu mahasiswa kesehatan dan nonkesehatan. Media video yang diteliti berdurasi satu menit satu detik berjudul "Jaga Diri dan Keluarga Anda dari Virus Corona (COVID-19) dengan Gerakan Masyarakat Hidup Sehat". Hasil wawancara mendalam dengan 9 informan menunjukkan bahwa secara umum video edukasi ini sudah memenuhi aspek *pre-testing* media komunikasi yang meliputi *attraction, comprehension, acceptability, self-involvement, dan persuasion*. Analisis triangulasi sumber menghasilkan bahwa video edukasi tersebut terbukti dapat mempengaruhi masyarakat dalam mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku untuk penanggulangan dan pencegahan pandemik COVID-19. Dapat disimpulkan bahwa video edukasi mengenai COVID-19 yang disebar oleh Kementerian Kesehatan sudah memenuhi aspek pretesting media komunikasi yang meliputi *attraction, comprehension, acceptability, self-involvement, dan persuasion*.

**Kata kunci:** *Pre-Testing, Informasi, Edukasi, Komunikasi, COVID-19*

### ABSTRACT

Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) was declared a world pandemic by WHO on March 12, 2020. Education on prevention of COVID-19 needs to be carried out by the government to reduce the spread of infection, raise awareness, provide or increase public knowledge about maintaining and improving good health for individual, family, and society. The purpose of this study is pre-testing Information, Education and Communication (IEC) focused on COVID-19 through video media from the Ministry of Health of the Republic of Indonesia with a qualitative research method component using source triangulation of the variables attraction, comprehension, acceptability, self-involvement, and persuasion. The research subjects consisted of 9 informants, with a background in health and non-health students. The video media studied lasted one minute and one second entitled "Protect Yourself and Your Family from Corona Virus (COVID-19) with the Healthy Living Community Movement". The results of in-depth interviews with nine informants indicate that in general, this educational video has fulfilled the pre-testing aspects of communication media which include attraction, comprehension, acceptability, self-involvement, and

persuasion. Triangulation analysis of sources shows that the educational video is proven to be able to influence the public in changing knowledge, attitudes and behaviour for the prevention and prevention of the COVID-19 pandemic. It can be concluded that the educational video about COVID-19 distributed by the Ministry of Health has fulfilled the pre-testing aspects of communication media which includes attraction, comprehension, acceptability, self-involvement, and persuasion.

**Keywords:** *Pre-Testing, Information, Education, Communication, COVID-19*

## Pendahuluan

*Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) dinyatakan sebagai pandemi dunia oleh WHO pada tanggal 12 Maret 2020.<sup>1</sup> Presiden Republik Indonesia telah menyatakan status penyakit ini menjadi tahap tanggap darurat pada tanggal 17 Maret 2020.<sup>2</sup> Saat ini, penyebaran COVID-19 dari manusia ke manusia menjadi sumber transmisi utama sehingga penyebaran menjadi lebih agresif.<sup>3</sup> Berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/Menkes/104/2020, COVID-19 telah ditetapkan sebagai penyakit yang berpotensi wabah di Indonesia, sehingga perlu dilakukan langkah-langkah penanggulangan termasuk aspek komunikasi penanganannya. Bentuk penjelasan langkah-langkah penanganan yang dapat dilakukan oleh Pemerintah adalah melalui edukasi atau pendidikan kesehatan. Edukasi merupakan bagian dari upaya promosi kesehatan yang sangat diperlukan untuk menggugah kesadaran, memberikan, atau meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang pemeliharaan dan peningkatan kesehatan baik bagi dirinya sendiri, keluarga, maupun masyarakat. Salah satu media yang dapat digunakan untuk penyampaian mengenai COVID-19 dan pencegahannya adalah melalui video. Kementerian Kesehatan telah mensosialisasikan video pencegahan COVID-19 dengan gerakan masyarakat hidup sehat yang bertujuan menekan penyebaran COVID-19 dimasyarakat.

Melalui video, pesan-pesan kesehatan disampaikan secara lebih efektif dibandingkan

dengan menggunakan media cetak, karena video menggunakan efek suara dan gambar bergerak yang dapat menampilkan langkah-langkah terarah, sehingga memudahkan sasaran menerima informasi yang disampaikan.<sup>4</sup>

Berbagai jenis penelitian telah dilakukan untuk melihat efektivitas penggunaan media terhadap perubahan perilaku kesehatan. Penelitian yang dilakukan oleh Kapti (2013) menyatakan bahwa penggunaan media audiovisual sebagai media penyuluhan lebih efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan sikap ibu dalam penatalaksanaan balita dengan diare.<sup>5</sup> Penelitian lain dilakukan oleh Nadeak, dkk (2014) menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dalam pemberian promosi kesehatan menggunakan media audiovisual terhadap tingkat pengetahuan remaja mengenai HIV/AIDS.<sup>6</sup> Selain itu, Masmuri (2016) dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa edukasi kesehatan menggunakan video audiovisual efektif terhadap peningkatan pengetahuan dan sikap anak usia sekolah.<sup>7</sup>

Media audiovisual atau video memberikan rangsangan dengan melibatkan indera penglihatan dan pendengaran. Perpaduan saluran informasi melalui indera penglihatan yang mencapai 75% dan pendengaran 13%, menjadikan media audiovisual sebagai stimulus yang cukup baik sehingga memudahkan mengingat informasi yang diterima dan juga memberikan hasil yang optimal.<sup>7</sup> Tujuan penelitian ini adalah *Pre-Testing Information, Education and Communication* (IEC) fokus

COVID-19 melalui media video yang telah diedarkan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia dengan komponen metode penelitian kualitatif triangulasi sumber dari variabel *attraction*, *comprehension*, *acceptability*, *self-involvement*, dan *persuasion*.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana pendekatan ini dapat menggali kualitas edukasi COVID-19 dengan menggunakan media video pada mahasiswa kesehatan dan nonkesehatan. Penelitian kualitatif dilakukan dengan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, perasaan, dan perilaku informan.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan studi kasus dengan prosedur RAP (*Rapid Assessment Procedure*). Hal ini dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui kualitas edukasi COVID-19 dengan menggunakan media video baik pada mahasiswa kesehatan maupun nonkesehatan.

Penelitian dilakukan selama bulan April sampai dengan Mei 2020 dengan sistem teknologi informasi berbasis daring aplikasi *video conference* kepada informan terpilih melalui *Zoom Meeting* dengan questioner yang telah diujicobakan sebelumnya. Subjek penelitian terdiri dari 9 informan dengan latar belakang mahasiswa pascasarjana kesehatan dan nonkesehatan. Media video yang diteliti berasal dari Kemenkes RI dengan durasi 1 menit 1 detik berjudul “Jaga Diri dan Keluarga Anda dari Virus

Corona (COVID-19) dengan Germas.” Video dapat diakses melalui tautan berikut: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_gQ2V587c-o](https://www.youtube.com/watch?v=_gQ2V587c-o).

Pengumpulan data dilakukan oleh tim peneliti yang sudah terlatih dalam teknik penelitian kualitatif. Sebelum dilakukan pengumpulan data, informan telah membaca dan menyetujui *informed consent* sesuai dengan kebutuhan uji etik berdasarkan deklarasi Helsinki dimana informan tidak dipaksa dan secara sukarela ikut serta dalam penelitian. Uji keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik analisis triangulasi dan matriks penelitian kualitatif. Triangulasi dalam penelitian ini dilakukan dengan triangulasi sumber, serta menggunakan langkah pembentukan *trust worthiness* yaitu *credibility*, *dependability* dan *confirmability*.

*Pre-testing* merupakan pengukuran reaksi reaksi sekelompok individu terhadap suatu komunikasi atau serangkaian komunikasi. Variabel *pre-testing* yang digunakan dalam penelitian ini meliputi ketertarikan (*attraction*) yaitu munculnya rasa ingin tahu dan kebutuhan mencari informasi. Variabel pemahaman (*comprehension*) yang merupakan proses penterjemahan pesan menjadi makna yang dapat dipahami atau dimengerti. Variabel penerimaan (*acceptability*) merupakan persepsi informan terhadap media dan penyampaian media melalui video. Variabel keterlibatan (*self-involvement*) yaitu keinginan informan terlibat dalam menerapkan informasi yang didapatkan media

video, dan variabel ajakan (*persuasion*) yaitu informan yakin melakukan perilaku yang terdapat dalam media video.

## Hasil

Informan dalam penelitian terdiri dari mahasiswa pascasarjana latar belakang kesehatan dan nonkesehatan yang berusia antara 24 – 32 tahun yang terdiri dari dua laki-laki dan tujuh perempuan. Berikut adalah tabel karakteristik informan:

Tabel 1. Karakteristik Informan

No	Inisial	Jenis Kelamin	Usia	Latar Belakang Pendidikan
1.	M.M	L	26	Kesehatan
2.	S.H	P	32	Nonkesehatan
3.	P.I	P	25	Kesehatan
4.	O.W	P	24	Nonkesehatan
5.	M	P	27	Kesehatan
6.	I.A	L	25	Nonkesehatan
7.	W.W	P	25	Kesehatan
8.	L.M.P	P	25	Kesehatan
9.	G.O.G	P	25	Nonkesehatan

*Pre-test* sederhana yang dilakukan di antara sampel kecil audiens target dapat memberikan informasi yang berguna dan valid untuk meningkatkan materi komunikasi. *Pre-testing* dirancang khusus untuk memberikan informasi tentang satu atau lebih komponen efektifitas variabel berikut:

### **Attraction atau Perhatian**

Dari hasil wawancara questioner melalui *zoom video conference* informan mengenai media video *pre-testing* yang diproduksi oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia pada aspek *attraction* atau perhatian, dapat dilihat dari beberapa hal komponen kuestioner, yaitu

animasi, *layout*, bentuk tulisan dan ukuran, *background* warna, *backsound* suara, kualitas suara, dan durasi video.

### **1. Animasi**

Animasi didefinisikan sebagai gambar statis yang dengan ilusi tertentu dapat atau tampak bergerak.<sup>9</sup> Animasi dapat membantu memudahkan seseorang dalam memahami informasi lebih cepat.<sup>12</sup> Menurut informan yang merupakan mahasiswa kesehatan menyatakan animasi dari video produksi Kemenkes tersebut kurang menarik, seperti yang diungkapkan oleh informan P.I, informan P.I juga menambahkan beberapa hal yang menurutnya dirasa kurang menarik, yaitu dilihat dari tampilan gambarnya tidak secara jelas yang ingin disajikan video sehingga poin utama adalah gambar. P.I menambahkan kurangnya langkah-langkah teknik mencuci tangan yang benar serta ilustrasi saat bersin atau batuk.

Hal ini juga didukung oleh pernyataan Informan M yang menyatakan bahwa animasi yang ditampilkan di dalam video tersebut biasa saja. Selain informan dari mahasiswa kesehatan, informan yang merupakan mahasiswa nonkesehatan juga mengungkapkan bahwa animasi yang ditampilkan kurang menarik. Informan S.H. menambahkan bahwa antara animasi dengan informasi yang diberikan sudah memiliki kesesuaian dari gambar dan informasi visual.

### **2. Layout**

Berdasarkan hasil wawancara dengan

responden mengenai *layout*, apakah dari *layout* yang diberikan dalam video produksi Kementerian Kesehatan dapat mengedukasi masyarakat, baik dari mahasiswa kesehatan maupun nonkesehatan memberi jawaban yang sama, yaitu *layout*nya menarik. Bagi mahasiswa nonkesehatan yang menyatakan bahwa *layout* video menarik dikarenakan mahasiswa tersebut tidak mengetahui bagaimana baiknya *layout* sebuah video, seperti yang diungkapkan oleh informan O.W. Informan lain menyatakan bahwa *layout* video dari letak tulisan dan gambar yang ada di dalam video sudah sesuai dan dapat mengedukasi masyarakat, seperti yang diungkapkan oleh informan S.H. Hal ini didukung dengan pernyataan dari informan I.A yang berpendapat video sudah rapih dan bagus.

Selain itu, ada pula informan yang berpendapat bahwa *layout* tidak terlalu menjadi perhatian, dan yang lebih penting adalah pesan dari video, seperti yang diungkapkan oleh informan M yang merupakan mahasiswa kesehatan yang lebih mengutamakan pesan dari video.

### **3. Bentuk tulisan dan ukuran**

Hasil wawancara mengenai tipografi yaitu bentuk tulisan atau jenis font dan ukuran yang digunakan dalam video menunjukkan bahwa hampir semua informan baik mahasiswa kesehatan maupun nonkesehatan memberikan pendapat bahwa tipografi dalam video sudah sesuai. Seperti yang diungkapkan oleh informan M.M bahwa tipografi sudah jelas dan terbaca. Selain itu informan W.W juga menyatakan bahwa

ukuran sudah terlihat jelas namun perlu ada yang diperhatikan lagi sehingga mudah dibaca.

### **4. Background warna**

Hal yang sama juga diungkapkan informan mengenai *background* warna, dimana informan mengatakan bahwa warna kuning dalam *background* video sudah sesuai dengan tulisan yang berwarna hitam karena dianggap warna yang kontras. Secara keseluruhan, informan lain juga menyatakan hal yang sama terkait dengan warna yang cukup menyala yaitu kuning. Namun salah satu informan yaitu informan S.H memberikan masukan terkait warna yaitu desain warna corona yang sebaiknya diberi warna merah sebagai tanda bahwa virus berbahaya.

### **5. Backsound suara**

Mengenai *backsound* suara, informan memberikan pendapat bahwa suara sudah sesuai dan cukup baik. Ada pula beberapa informan yang memberikan pendapat bahwa *backsound* suara sudah bagus, namun seharusnya ada pesan yang juga disampaikan oleh pihak Kementerian Kesehatan, sehingga audiens tidak hanya membaca tulisan saja, tetapi juga mendengarkan pesan-pesannya secara langsung.

### **6. Kualitas suara**

Hasil wawancara mengenai kualitas suara yang dihasilkan oleh video produksi Kementerian Kesehatan menurut semua informan sudah cukup jelas, namun masih monoton karena hanya berupa musik saja. Informan M yang menyatakan bahwa perlu adanya narator untuk menjelaskan tulisan

dalam video.

## 7. Durasi video

Mengenai durasi video, jawaban yang diberikan informan cukup beragam, ada yang menyatakan bahwa durasi sudah tepat, ada pula yang menyatakan bahwa durasi terlalu singkat dan terlalu lama. Sedangkan informan lain, ada yang menyatakan bahwa durasi terlalu singkat untuk ukuran pemberian informasi kesehatan, dua informan juga menyatakan bahwa kemungkinan audiens yang merupakan orang awam hanya membaca sekilas saja tanpa memahami isi pesannya.

## Comprehension atau Pemahaman

Pada aspek *comprehension*/pemahaman memberikan hasil analisis bahwa pada media video *pre-testing* yang diproduksi oleh Kemenkes dapat dilihat dari isi pesan dan penggunaan bahasa, yaitu:

### 1. Isi Pesan

Secara umum, pesan yang terkandung dalam media video *pre-testing* produksi Kemenkes ini mudah dipahami baik untuk orang yang memiliki *basic* kesehatan maupun untuk orang awam. Menurut informan isinya video bagus dan memudahkan masyarakat awam untuk mengerti.

Selain itu dua orang informan mengatakan perlu adanya tambahan pesan dan informasi terbaru terkait cara menjaga diri dari COVID-19, seperti *physical distancing*, termasuk langkah cuci tangan dan memakai masker yang benar.

## 2. Penggunaan Bahasa

Bahasa yang digunakan dalam media video *pre-testing* ini menurut sebagian besar informan sudah tepat dan menggunakan bahasa formal, sehingga cocok untuk ditujukan kepada orang yang memiliki *basic* kesehatan maupun untuk orang awam. Menurut informan, bahasa dalam media dapat menyesuaikan dan dimengerti masyarakat.

## Acceptability atau Penerimaan

Pada aspek *acceptability*/penerimaan, media *pre-testing* yang diproduksi oleh Kemenkes tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan kebiasaan, norma dan agama.

### 1. Unsur yang bertentangan dengan kebiasaan

Media video *pre-testing* ini tidak bertentangan dengan kebiasaan baik yang ada di masyarakat, namun tidak semua hal baik yang dianjurkan dalam video ini, dilakukan sepenuhnya oleh masyarakat dan ada pesan yang berpotensi menimbulkan kontra yaitu pada penyampaian informasi larangan memakan hewan yang berpotensi menularkan tetapi tidak ada penjelasan secara rinci hewan apa dan apa alasannya. Selebihnya, informan lain mengatakan dalam video *pre-testing* tidak ada unsur yang bertentangan dengan kebiasaan.

### 2. Unsur yang bertentangan dengan norma

Semua informan mengatakan bahwa didalam video *pre-testing* tidak ada unsur yang bertentangan dengan norma yang ada di masyarakat. Pada aspek *acceptability*/

penerimaan, media *pre-testing* yang diproduksi oleh Kemenkes tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan kebiasaan, norma dan agama.

### 3. Unsur yang bertentangan dengan agama

Semua informan mengatakan bahwa pada media video *pre-testing* ini tidak mengandung sesuatu unsur yang bertentangan dengan agama.

### 4. Unsur yang menyinggung/ tidak disukai

Didalam video *pre testing* ini terdapat unsur yang menyinggung/ tidak disukai karena terdapat informan terkesan menilai video ini adalah sesuatu yang membosankan atau menjengkelkan. Informan lain menjelaskan bahwa dalam video tersebut menimbulkan pertanyaan. Dua informan menyukai video tersebut karena karena tidak disampaikan secara berulang-ulang. Dalam video ini juga tidak ada unsur yang menyinggung perasaan, seperti mengandung SARA dan sesuatu yang dapat menimbulkan konflik.

### ***Self-Involvement* atau Keterlibatan Diri**

Seluruh informan mahasiswa kesehatan setuju bahwa pesan yang disampaikan memang ditujukan kepada informan. Karena seluruh masyarakat saat ini terdampak COVID-19 sehingga mereka merasa bahwa pesan mengenai cara menjaga diri dan keluarga dari COVID-19 ini berhubungan dengan mereka.

Sedangkan untuk mahasiswa nonkesehatan sebagian besar juga setuju bahwa pesan yang disampaikan ditujukan kepada informan. Hanya satu informan yang berpendapat bahwa pesan

yang disampaikan tidak ditujukan kepada dirinya karena pesan yang disampaikan terlalu sederhana.

Sebagian besar informan mahasiswa kesehatan merasa bahwa pesan dalam video seharusnya ditujukan untuk target audiens kalangan masyarakat umum. Pesan yang disampaikan sederhana dan dapat dilaksanakan seluruh masyarakat. Sedangkan bila target audiensnya mahasiswa pascasarjana kesehatan, pesan yang disampaikan dianggap terlalu umum dan perlu penambahan informasi yang lebih aktual.

Sebagian besar mahasiswa nonkesehatan juga setuju bahwa pesan ini ditujukan untuk masyarakat umum. Ada satu informan yang berpendapat bahwa pesan yang disampaikan kurang detail sehingga dapat menimbulkan banyak persepsi, contohnya dalam pesan tidur cukup yang tidak disebutkan berapa jam yang benar.

### ***Persuasion* atau Ajakan**

Analisis aspek *persuasion* atau ajakan berperan dalam meyakinkan target audiens untuk melakukan perilaku yang diinginkan juga dengan pertimbangan tujuan spesifik komunikasi dalam memutuskan pertanyaan apa yang perlu dimasukan untuk mengajak atau melakukan tindakan berupa perilaku. Komponen ini mengidentifikasi apakah pesan mampu meyakinkan sasaran untuk berperilaku seperti yang diharapkan, jika terdapat lebih dari satu alternatif media maka dapat diketahui media mana yang lebih mendorong sasaran untuk



mengikuti pesan dalam media tersebut. Komponen ini lebih sulit untuk diukur secara langsung walaupun bisa dilakukan. Desain uji coba yang mengukur komponen ini cenderung mahal dan memerlukan pengetahuan riset tertentu. Oleh karena itu, biasanya pelaksanaan uji coba media berpegang pada pemikiran bahwa semakin menarik, makin mudah dimengerti, makin bisa diterima, dan makin besar rasa keterlibatan sasaran, maka lebih besar potensi efektivitas media tersebut.

Secara umum video edukasi dapat diterima semua informan, dan mengajak berperilaku sesuai dengan informasi yang diberikan. Namun ada juga informan yang berpendapat bahwa video tersebut kurang meyakinkan karena kurangnya data ataupun kasus terkait COVID-19.

#### 1. Pesan yang disampaikan mampu meyakinkan

Tujuh dari sembilan informan menyetujui bahwa pesan yang disampaikan mampu meyakinkan, informan M.M yakin bahwa pesan dapat mengedukasi. Pada informan dengan latar belakang mahasiswa pascasarjana dibidang kesehatan menurut P.I pesan yang disampaikan kurang meyakinkan bagi bukan tenaga kesehatan.

Pesan dalam video memang meyakinkan namun hanya berupa himbuan seperti informasi. Kurangnya ketegasan dalam pesan juga dikemukakan bahwa pesan dalam seharusnya berupa ketegasan pemerintah dalam menghimbau masyarakat mencegah COVID-19.

Dengan kesadaran dari pesan yang terkandung dalam video akan berdampak besar untuk mengubah perilaku kesehatan menjadi

lebih baik lagi. Sulitnya masyarakat mengubah perilaku menjadi dasar pentingnya informasi dalam video tersebut dan isi video seperti biasa saja dan kurang meyakinkan masyarakat awam karena *background* informan adalah mahasiswa kesehatan.

#### 2. Pesan yang disampaikan meyakinkan melakukan *action* atau tindakan

Implikasi positif dari peningkatan pengetahuan yaitu perubahan tindakan atau dalam jangka waktu lama menjadi perilaku pada masyarakat adalah keberhasilan dari media edukasi atau pesan yang diberikan, dari sembilan informan, dua informan kurang yakin mengenai pesan dalam video yang dapat mengubah tindakan dan perilaku masyarakat ke arah hidup sehat dalam pencegahan COVID-19.

Alternatif solusi dari pesan supaya dapat mengubah perilaku dijelaskan oleh informan sebagai dasar alasan saran kepada video pesan agar penyampaian sesuai dengan target sasaran, dan ilustrasi yang penting dalam pesan sehingga video dapat merubah tindakan dan perilaku.

Keyakinan akan pesan dapat mengubah tindakan dan perilaku dikemukakan oleh tujuh informan dengan alasan yakin dan mampu, karena mudah dilakukan dan untuk masyarakat, sifat pesan bagus dan positif, tidak ada yang bertentangan di masyarakat dan harus dilakukan dalam keadaan pandemi seperti ini.

Ketakutan masyarakat yang ingin bebas dari pandemi COVID-19 juga dirasakan informan dan menurut sebagian besar informan pesan tersebut mampu merubah perilaku masyarakat.

Kepercayaan terhadap pemerintah memberikan nilai positif bagi perubahan tindakan.

## **Pembahasan**

### *1) Attraction*

Hasil analisis menunjukkan bahwa media edukasi *pre-testing* produksi Kementerian Kesehatan RI memiliki aspek *attraction* yang cukup baik menurut para informan. Dilihat dari animasi, *layout*, bentuk tulisan dan ukuran, *background* warna, *backsound* suara, kualitas suara serta durasi video. Namun video *pre-testing* ini perlu memerhatikan pula masyarakat yang minim literasi kesehatan<sup>14</sup> supaya seluruh lapisan masyarakat dapat menerapkan pesan-pesan yang terkandung dalam media video.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Bauman dkk (2002), mediator seperti kampanye media massa dapat mengubah keyakinan dan niat seseorang dalam melakukan aktivitas fisik apabila paparan diberikan secara terus menerus.<sup>15</sup> Dalam hal ini, dengan media video yang tersampaikan kepada masyarakat, diharapkan masyarakat dalam ikut serta aktif dalam pencegahan COVID-19 dimulai dari dirinya sendiri.

Penggunaan media video dalam rangka promosi kesehatan serta sebagai media pemberian informasi edukasi, dan komunikasi kepada masyarakat merupakan salah satu langkah yang tepat, hal ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Putri, dkk (2017) yang menggunakan film animasi dalam peningkatan kemampuan

pengajaran dimana penggunaan film animasi atau video dapat mengurangi kebosanan audiens.<sup>11</sup>

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa informan juga memberikan masukan terkait pesan video yang disampaikan, seperti perlunya ada narator dalam penyampaian video *pre-testing* supaya informasi yang disampaikan lebih dapat diterima oleh masyarakat karena tidak hanya secara visual saja, melainkan audio visual. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Siregar dkk (2019) mengenai promosi kesehatan dan bahaya HIV/AIDS pada remaja dengan menggunakan leaflet dan media audio visual yang menyimpulkan bahwa ada pengaruh positif penggunaan media audio visual dalam promosi kesehatan.<sup>12</sup>

### *2) Comprehension*

Pada aspek *comprehension* atau pemahaman memberikan hasil analisis bahwa media video *pretesting* yang diproduksi oleh Kemenkes dari isi pesannya mudah dipahami. Menurut Kholid (2014), pesan dalam suatu media dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain atau menghibau khalayak agar mereka mampu menerima dan melaksanakan pesan yang ada pada media tersebut<sup>13</sup>. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yusfarani (2016), penggunaan video membuat siswi dapat memahami isi pesan yang terdapat dalam video<sup>14</sup>. Namun pesan dalam video Kemenkes ini masih ada yang perlu ditambahkan seperti definisi dari COVID-19 dan *physical distancing*.

Selain dilihat dari isi pesan, penelitian ini juga melihat bagaimana pemahaman dari

penggunaan bahasa. Hasil analisis menunjukkan bahwa bahasa yang digunakan pada video *pre-testing* yang diproduksi oleh Kemenkes ini sudah tepat dan dapat ditunjukkan baik untuk orang kesehatan maupun nonkesehatan. Menurut Yusfarani (2016), kelancaran dan keberhasilan sebuah komunikasi ditentukan oleh perangkat yang menjembatani antara pengirim pesan dan penerima pesan. Perangkat tersebut adalah bahasa<sup>19</sup>. Bahasa yang digunakan dalam video disesuaikan dengan sasaran dari video tersebut, yaitu bahasa yang tidak baku dan menggunakan bahasa sehari-hari, kalimat jelas, singkat dan informatif, sehingga membuat sasaran dapat mengingat pesan dari video tersebut.

### 3) *Acceptability*

Pada aspek *acceptability*/penerimaan, hasil analisis menunjukkan bahwa pada media *pre-testing* yang diproduksi oleh Kemenkes memiliki aspek *acceptability*/penerimaan yang cukup baik, tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan kebiasaan, norma dan agama. Namun, didalam video ini masih terdapat unsur yang dapat menyinggung para penontonnya karena terkesan membosankan atau menjengkelkan. Berdasarkan hasil penelitian pada media video *pre-testing* ini tidak bertentangan dengan kebiasaan baik yang ada di masyarakat, namun tidak semua hal baik yang dianjurkan dalam video ini, dilakukan sepenuhnya oleh masyarakat dan ada pesan yang berpotensi menimbulkan kontra yaitu pada penyampaian informasi larangan memakan hewan yang berpotensi menularkan tetapi tidak ada penjelasan secara rinci hewan apa

dan apa alasannya. Kemudian, ada juga pesan yang mengekang padahal dalam kenyataannya, kebijakan di Indonesia belum secara tegas melanggar hal tersebut. Contohnya ialah rokok. Sejalan dalam hal ini, teori mengatakan bahwa aspek konteks terkait informasi ataupun media penyampaian informasi hendaknya bersifat jelas dan bisa disesuaikan dengan situasi dan kondisi masyarakat sekitar. Program-program yang mungkin isinya sudah jelas, tetapi ketika tidak melihat konteks permasalahan yang *up to date* maka hal ini dapat memicu perbedaan persepsi yang dapat menimbulkan konflik dan sudah seharusnya informasi untuk publik harus merupakan informasi yang jelas dan lengkap, yang tidak menimbulkan pertanyaan selanjutnya karena memungkinkan jika masih simpang-siur maka akan membuat perbedaan persepsi yang nantinya akan membuat konflik sehingga tidak sesuai dengan kebiasaan yang berlaku di masyarakat.<sup>15</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa didalam video *pre-testing* tidak ada unsur yang bertentangan dengan norma yang ada di masyarakat karena video ini tidak mengandung topik sensitif seperti misalnya perintah meminum alkohol, tindak kekerasan atau hal-hal yang dapat melanggar norma di masyarakat. Menurut Michaeli (2015) norma merupakan suatu hal yang berlaku dan mengikat di masyarakat dimana masing-masing negara memiliki norma yang berbeda-beda.<sup>16</sup> Pribadi (2017) mengatakan bahwa di Indonesia sendiri terdapat keberadaan sistem nilai dan norma yang merupakan

mekanisme kontrol di masyarakat melarang adanya penyalahgunaan alkohol, mabuk-mabukan yang dapat menimbulkan ketidaksadaran diri secara penuh untuk melakukan tindak kejahatan dan mengganggu masyarakat.<sup>22</sup>

Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa pada media video *pre-testing* ini tidak mengandung sesuatu unsur yang bertentangan dengan agama karena isi dalam video jelas demi kebaikan manusia untuk berperilaku hidup sehat dan tidak lupa untuk senantiasa berdoa. Hal ini sesuai dengan Fletcher (2014) yang mengatakan bahwa hal-hal baik yang berkaitan dengan menjaga kesehatan bukan merupakan suatu hal yang melanggar agama, dan tidak ada satupun agama yang memerintahkan untuk tidak menjaga kesehatan diri maupun lingkungan sekitar.<sup>18</sup> Kirchmaier (2018) juga mengatakan bahwa kebiasaan atau perilaku sehat berkaitan dengan agama, dimana secara tidak sadar agama sudah melekat sejak lahir dan mengajarkan hal-hal baik termasuk menjaga kesehatan.<sup>19</sup>

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa video dianggap membosankan/menjengkelkan jika ditonton berulang kali karena ada gambar yang kurang jelas/buram, selain itu dikarenakan pesan yang disampaikan terlalu singkat dan kurang detail yang dirasa menimbulkan banyak pertanyaan lanjutan ketika usai menonton. Video yang seharusnya diharapkan dapat memberikan informasi yang jelas tetapi malah sebaliknya. Menurut Nofrion (2016), informasi dikatakan ekspresif jika disampaikan dengan kalimat yang

efektif dan efisien selain itu tidak berulang-ulang serta maksud pesan/informasi jelas dan media informasi dapat dikatakan membosankan apabila mengandung unsur yang tidak menarik, membingungkan, dan terdapat ambiguitas selain itu penerimaan seseorang dengan seseorang lainnya akan berbeda yang dapat saja dipengaruhi oleh kebiasaannya sejak kecil dalam menonton dan juga menyukai *packaging* video.<sup>15</sup>

#### 4) *Self-Involvement*

Pada aspek *self involvement*, hasil analisis menunjukkan bahwa media ini memiliki aspek *self involvement* yang baik, masyarakat yang menjadi target audiens merasa bahwa pesan yang disampaikan ditujukan untuk mereka. Pesan dalam sebuah media kesehatan harus disesuaikan dengan audiens. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menyampaikan pesan kesehatan:

- a. tingkat kesadaran akan risiko dan perlindungan kesehatan;
- b. perasaan relevansi pribadi dengan risiko kesehatan;
- c. pengetahuan tentang perilaku yang tepat untuk mengurangi risiko dan meningkatkan kesehatan;
- d. keyakinan bahwa mereka dapat mengambil tindakan yang direkomendasikan;
- e. merasakan bahwa tindakan yang direkomendasikan didukung oleh komunitas mereka; dan
- f. keyakinan bahwa manfaat dari tindakan lebih besar daripada biayanya.

Informan baik mahasiswa kesehatan atau nonkesehatan bisa merasakan relevansi dengan pesan yang dibawa media video ini. Informan merasa bahwa mereka memiliki risiko untuk terpapar COVID-19 sehingga membutuhkan langkah-langkah pencegahan baik untuk diri mereka sendiri ataupun untuk keluarga mereka. Pesan yang disampaikan sudah dapat menjangkau individu yang ditargetkan.

Komunikasi kesehatan akan perlu menangani setidaknya tiga audiensi: masyarakat umum, tenaga medis dan tenaga kesehatan masyarakat, serta pembuat keputusan di sektor publik dan swasta. Setidaknya ada dua jenis audiens: mereka yang cenderung setuju dengan pesan dan mereka yang cenderung tidak setuju. Komunikasi harus berusaha untuk memobilisasi kelompok yang pertama dan membujuk yang terakhir. Tenaga medis dan tenaga kesehatan masyarakat adalah audiens yang penting karena kredibilitasnya pada masalah kesehatan masyarakat. Petugas kesehatan dapat mendidik masyarakat dan untuk memobilisasi orang untuk bertindak.<sup>20</sup>

Menurut para informan, media video ini sudah sesuai apabila ditargetkan untuk masyarakat umum karena pesan yang disampaikan sederhana sehingga mudah dipahami. Tetapi untuk mahasiswa atau tenaga kesehatan, pesan yang dibawa dirasa kurang *update*. Perlu pembaruan informasi dan merinci pesan yang disampaikan agar tidak menimbulkan persepsi yang berbeda-beda. Pentingnya pembaruan informasi karena mahasiswa atau tenaga kesehatan yang akan meneruskan pesan ini

ke masyarakat sehingga mereka membutuhkan pengetahuan yang lebih mendalam.

#### 5) *Persuasion*

Analisis menunjukkan bahwa media edukasi video yang dipaparkan memiliki pengaruh dibidang kesehatan dalam membentuk kesadaran, meningkatkan pengetahuan, mengubah perilaku dan mengarahkan masyarakat secara umum untuk mengubah tindakan perilakunya atau beradaptasi dengan inovasi. Kesuksesan dari berubahnya perilaku dalam masyarakat membutuhkan kerjasama lintas sektoral baik dari pemerintah secara agregat maupun lingkungan keluarga secara mikro.<sup>10</sup> Informan setuju dan meyakini informasi, edukasi dan komunikasi bersifat positif dan baik untuk mengajak masyarakat berubah aktif dalam penanganan dan penanggulangan pandemi COVID-19. Namun analisis menemukan pentingnya beberapa komponen yang perlu ditambahkan dalam video media edukasi yaitu perlunya jaga jarak atau *social/physical distancing* dan memakai masker.

#### **Kesimpulan dan Saran**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada populasi dengan latar belakang kesehatan dan nonkesehatan dapat menerima dan menerapkan pesan dalam media dengan baik. Informan nonkesehatan dianggap mewakili masyarakat awam yang minim akan informasi kesehatan dibandingkan dengan latar belakang kesehatan, akan tetapi informan nonkesehatan ternyata terbukti memiliki respon positif terhadap media edukasi sejalan dengan tujuan dan sasaran

informan dengan latar belakang kesehatan. Media edukasi produksi Kementerian Kesehatan RI memiliki aspek *attraction* yang cukup baik menurut para informan. Dari aspek *comprehension* atau pemahaman, media ini dari isi pesannya mudah dipahami. Pada aspek *acceptability*/penerimaan, media ini memiliki aspek *acceptability*/penerimaan yang cukup baik, tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan kebiasaan, norma dan agama. Media ini juga memiliki *self involvement* yang baik, masyarakat yang menjadi target audiens merasa bahwa pesan yang disampaikan ditujukan untuk mereka. Sedangkan untuk *persuasion*, media ini dapat meyakinkan dan mengajak masyarakat berubah aktif dalam penanganan dan penanggulangan pandemi COVID-19.

Dapat disimpulkan bahwa video edukasi mengenai COVID-19 yang disebar oleh Kementerian Kesehatan sudah memenuhi aspek pretesting media komunikasi yang meliputi *attraction*, *comprehension*, *acceptability*, *self-involvement*, dan *persuasion*. Analisis triangulasi sumber menghasilkan bahwa video edukasi tersebut terbukti dapat mempengaruhi masyarakat dalam mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku atau *knowledge*, *attitude and practice* untuk penanggulangan dan pencegahan pandemi virus COVID-19.

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu proses wawancara mendalam tidak dapat dilakukan secara langsung dengan target responden. Tetapi peneliti mengatasinya dengan cara melakukan *video call* melalui aplikasi

*Whatsapp* dan/atau *Zoom Meeting* agar tetap dapat melihat mimik muka target responden ketika menjawab pertanyaan yang diajukan peneliti.

Pentingnya menjaga jarak atau *physical distancing* merupakan komponen yang sebaiknya ditambahkan dalam media edukasi, selain itu pentingnya cuci tangan menggunakan sabun dan penggunaan alat pelindung diri seperti masker harus lebih ditekankan sebagai bahan evaluasi komponen media edukasi.

#### Daftar Pustaka

1. World Health Organization (WHO). Coronavirus disease 2019 (COVID-19) Situation Report – 51 [Internet]. WHO Bulletin. 2020. Available from: [https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200311-sitrep-51-covid-19.pdf?sfvrsn=1ba62e57\\_10](https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200311-sitrep-51-covid-19.pdf?sfvrsn=1ba62e57_10)
2. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Pedoman Penanganan Cepat Medis dan Kesehatan Masyarakat COVID-19 di Indonesia. 2020.
3. Susilo A, Rumende CM, Pitoyo CW, Santoso WD, Yulianti M, Sinto R, et al. Coronavirus Disease 2019 : Tinjauan Literatur Terkini Coronavirus Disease 2019 : Review of Current Literatures. 2020;7(1):45–67.
4. Tindaon RL. Pengaruh Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE) melalui Media Leaflet dan Video terhadap Pengetahuan dan

- Sikap Remaja tentang Paparan Pornografi di SMP Negeri 1 Sidamanik Kec. Sidamanik Kab. Simalungan Tahun 2016. *Jumantik*. 2018;3(1):44–64.
5. Kapti RE, Rustina Y, Widyatuti. Efektivitas Audiovisual Sebagai Media Penyuluhan Kesehatan Terhadap Peningkatan Pengetahuan dan Sikap Ibu dalam Tatalaksana Balita dengan Diare di Dua Rumah Sakit Kota Malang. *Jurnal Ilmu Keperawatan*. 2013;1(1):53–60.
  6. Nadeak DN, Agrina, Misrawati. Efektivitas promosi kesehatan melalui media audiovisual mengenai HIV AIDS terhadap peningkatan pengetahuan remaja tentang hiv aids. *Jurnal Online Mahasiswa Program Studi Ilmu Keperawatan Univ Riau*. 2014;1(1):1–8.
  7. Masmuri. Pengaruh Edukasi Kesehatan Menggunakan Media Audiovisual Terhadap Tingkat Pengetahuan dan Sikap Anak Usia Sekolah dengan Gizi Lebih di Sekolah Dasar Kota Pontianak. Universitas Indonesia; 2016. Thesis.
  8. Sidhu K, Jones R, Stevenson F. Debate & analysis: Publishing qualitative research in medical journals. *British Journal of General Practice*. 2017;67(658):229–30.
  9. Khalidiyah H. The Use of Animated Video in Improving Students' Reading Skill (A Quasi-Experimental Study of Seventh Grade Student at A Junior High School in Jalancagak, Subang). *Journal of English Educational Study*. 2015;3(1):1–21.
  10. Marhani, Aunurrahman, Umar S. Pengembangan Media Video Untuk Perolehan Belajar Konsep Norma-Norma Kehidupan Pada Pelajaran Pendidikan Kewarganegaraan. *Journal of Chemical Information and Modeling*. 2013;53(9):1689–99.
  11. Putri NI, Kasim U, Silvianti TM. Using Animation Movie in Teaching Listening Skill. *International Journal of Research in English Education*. 2017;2(2):127–34.
  12. Siregar Y, Rochadi K, Lubis N. The Effect of Health Promotion Using Leaflets and Audio-Visual on Improving Knowledge and Attitude Toward the Danger of HIV/AIDS Among Adolescents. *International Journal of Nursing and Health Services*. 2019;2(3):172–9.
  13. Kholid A. Promosi Kesehatan. Jakarta: Raja Grafindo Persada; 2014.
  14. Yusfarani R. Rancangan Video Animasi Manajemen Kebersihan Menstruasi Untuk Siswi Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) 1 Kota Tangerang Selatan Tahun 2016. Skripsi. [Internet]. Universitas Islam negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. [Jakarta]: Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.; 2016. Available from: [http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/37222/1/Rahma Yusfarani-FKIK.pdf](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/37222/1/Rahma%20Yusfarani-FKIK.pdf)
  15. Nofrion. Komunikasi Pendidikan Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam

Pembelajaran. Jakarta: Kencana; 2016.

16. Michaeli M, Spiro D. Norm conformity across societies. *Journal of Public Economic*. 2015;132(1):51–65.
17. Pribadi E.T. Penyalahgunaan Alkohol di Indonesia: Analisis Determinan, SWOT, dan CARAT. *Journal of Health Science and Prevention*. 2017;1(1):22–37.
18. Fletcher J, Kumar S. Religion and Risky Health Behaviors among U.S. Adolescents and Adults. *Journal of Economic Behavior & Organization*. 2014;104(C):123–40.
19. Kirchmaier I, Prüfer J, Trautmann ST. Religion, moral attitudes and economic behavior. *Journal of Economic Behaviour & Organization*. 2018;148:282–300.
20. Institute of Medicine. Communication to advance the public's health: Workshop summary. Washington D.C.: The National Academy Press; 2015.