



Pengaruh Media Promosi Penyuluhan terhadap Perilaku Unmet Need KB Pada Pasangan Usia Subur (Pus) di Nagari Sijunjung Tahun 2023

The Influence of Counseling Promotional Media on Unmet Need Family Planning Behavior in Couples of Reproductive Age (PUS) in Nagari Sijunjung in 2023

Nuswita*¹, Elfindri²

Magister Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi
e-mail: *1nuswita1308@gmail.com

ABSTRACT

Unmet Need for Family Planning is a problem that still occurs in society. Unmet Need for Family Planning is defined as women of childbearing age with an age range of 15-49 years who do not use contraception on the grounds that they want children in the future, do not want to have more children or are in a state of pregnancy where the pregnancy is unwanted or desired later (within 2 years or more). The purpose of this study was to determine the effect of counseling promotion media on the behavior of Unmet Need for Family Planning in Couples of Reproductive Age (PUS). The research was conducted in Nagari Sijunjung in 2023. This type of research is quantitative with a Quasi Experiment Design in the form of One Group Pre Test Post Test. The method of taking the sample is proportional random sampling which consists of 2 strata, namely married women of childbearing age and not pregnant but want children later/late and married women of childbearing age and not pregnant but do not want any more children. Data were analyzed using univariate and bivariate. The results of the study revealed that there was an increase in the knowledge and attitudes of the respondents before and after being given counseling promotion media. The conclusion in this study is that promotional media influence the behavior of Unmet Need for Family Planning in Fertile Age Couples (PUS).

Keywords : Knowledge; Attitude; Unmet Need KB; Counseling

PUBLISHED BY :

Fakultas Ilmu Kesehatan
Universitas Muhammadiyah Parepare

Address :

Jl. Jend. Ahmad Yani Km. 6, Lembah Harapan
Kota Parepare, Sulawesi Selatan.

Email :

jurnalmakes@gmail.com

Phone :

+62 853 3520 4999

Article history :

Received 15 Juli 2023

Received in revised form 19 Agustus 2023

Accepted 10 September 2023

Available online 14 September 2023

ABSTRAK

Unmet Need KB merupakan masalah yang masih banyak terjadi di masyarakat. Unmet Need KB dimaknai sebagai wanita usia subur dengan rentang usia 15-49 tahun yang tidak memakai alat kontrasepsi dengan alasan ingin anak nanti, tidak ingin memiliki anak lagi atau dalam kondisi hamil yang kehamilannya tidak diinginkan atau diinginkan nanti (dalam kurun waktu 2 tahun atau lebih). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media promosi penyuluhan terhadap perilaku Unmet Need KB pada Pasangan Usia Subur (PUS). Penelitian dilakukan di Nagari Sijunjung Tahun 2023. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan rancangan *Quasi Eksperiment Design* dengan bentuk *One Group Pre Test Post Test*). Cara pengambilan sampel secara *proportional random sampling* yang terdiri dari 2 strata yaitu wanita menikah usia subur dan tidak hamil tetapi ingin anak nanti/ kemudian dan wanita menikah usia subur dan tidak hamil tetapi tidak ingin anak lagi. Data dianalisis menggunakan univariat dan bivariat. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa ada peningkatan pengetahuan dan sikap responden sebelum dan sesudah diberikan media promosi penyuluhan. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah media promosi penyuluhan berpengaruh terhadap perilaku Unmet Need KB pada Pasangan Usi Subur (PUS).

Kata Kunci : Pengetahuan; Sikap; Unmet Need KB; Penyuluhan

PENDAHULUAN

Keluarga Berencana atau yang disingkat dengan KB adalah upaya mengatur kelahiran anak, jarak usia ideal melahirkan, mengatur kehamilan, perlindungan dan bantuan sesuai dengan hak reproduksi untuk mewujudkan keluarga yang berkualitas¹. Tujuan Keluarga Berencana (KB) adalah meningkatkan kesejahteraan ibu dan anak serta mewujudkan keluarga kecil yang bahagia dan sejahtera melalui pengendalian kelahiran dan pengendalian pertumbuhan penduduk². Salah satu hambatan dalam pelaksanaan program Keluarga Berencana (KB) adalah tingginya angka kejadian Unmet Need KB. Unmet Need KB dimaknai sebagai wanita usia subur (WUS) dengan rentang usia 15-49 tahun yang tidak memakai alat kontrasepsi dengan alasan ingin anak nanti atau tidak ingin memiliki anak lagi, atau dalam kondisi hamil yang kehamilannya tidak diinginkan atau diinginkan nanti (dalam kurun waktu 2 tahun atau lebih)³.

Diseluruh dunia diperkirakan 63,0% wanita menikah atau hidup bersama pada usia reproduksi menggunakan beberapa bentuk kontrasepsi, termasuk metode kontrasepsi modern atau tradisional. Tetapi 12,0% wanita menikah atau hidup bersama tersebut diperkirakan memiliki kebutuhan yang tidak terpenuhi (Unmet Need) untuk keluarga berencana dandiproyeksikan bahwa Unmet Needakan tetapdi atas 10% di seluruh dunia sampai tahun 2030⁴. Berdasarkan data dari Population Reference Bureau (2019) diketahui bahwa Indonesia merupakan negara urutan no-4 dengan jumlah Unmet Need KB tertinggi di Dunia⁵.

Berdasarkan data Hasil Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia (SDKI) data Unmet Need KB pada Tahun 2007 (13%) dan menurun pada Tahun 2012 (11%) tetapi datanya masih tetap pada Tahun 2017 (11%) (SDKI,2007),^{6,7}. Berdasarkan data dari Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Sijunjung jumlah Pasangan Usia Subur (PUS) yang ada di Kabupaten Sijunjung

adalah 36.293. Total Unmet Need adalah 7.250 dengan persentase 19,98%. Setelah ditanya lebih lanjut alasan PUS Unmet Need adalah ingin anak nanti sebanyak 2.588 dan tidak ingin anak lagi sebanyak 4.662⁸.

Banyak akibat dari perilaku Unmet Need KB antara lain adalah tingginya angka stunting pada anak dan banyak ibu hamil yang Kekurangan Energi Kronik (KEK). Sijunjung merupakan Kabupaten dengan urutan ke-4 penderita stunting terbanyak di Sumatra Barat. Angka Stunting di Kabupaten Sijunjung Tahun 2022 adalah 30%. Sementara untuk angka ibu hamil yang Kekurangan Energi Kronik (KEK) di Kabupaten Sijunjung adalah 102 orang (15,3%). Fenomena Unmet Need KB bersifat multidimensial karena dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah karena kurangnya pengetahuan. Pengetahuan mengenai KB sangat penting untuk dimiliki oleh asektor dalam memilih alat kontrasepsi yang akan dipergunakan karena pengetahuan merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk perilaku seseorang dalam melakukan suatu tindakan.

Peran pemberi pelayanan KB sangat penting untuk menciptakan pelayanan KB yang berkualitas dan untuk menghindari terjadinya kejadian Unmet Need. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan sasaran tentang Unmet Need KB adalah dengan memberikan promosi kesehatan kepada masyarakat. Promosi kesehatan adalah upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat melalui pembelajaran dari, oleh, untuk dan bersama masyarakat, agar mereka dapat menolong diri sendiri, serta mengembangkan kegiatan yang bersumber daya masyarakat, sesuai sosial budaya setempat dan didukung kebijakan publik yang berwawasan kesehatan⁹. Kegiatan promosi kesehatan dapat dilakukan dengan memberikan penyuluhan kepada masyarakat.

Melihat kondisi masyarakat di Nagari Sijunjung yang mayoritas menyukai media audio visual seperti suka menonton sinetron di TV, maka inovasi yang ditawarkan oleh peneliti untuk meningkatkan pengetahuan dan jangkauan pelayanan KB adalah dengan memberikan promosi kesehatan penyuluhan dengan alat bantu media Video tentang pentingnya mengikuti program KB. Video merupakan media untuk menyampaikan pesan atau informasi pendidikan dan penerangan serta komunikasi kesehatan yang bersifat persuasif yang memungkinkan sinyal audio dapat dikombinasikan dengan gambar gerak. Kemampuan video dalam memvisualisasikan sebuah pesan menjadi gerakan motorik. Video juga dapat berbentuk hiburan yang mendorong perubahan sikap dalam bidang kesehatan¹⁰.

Beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan acuan adalah penelitian yang dilakukan oleh Munayarokh, dkk Tahun 2020 di Puskesmas Puring Kabupaten Kebumen yang hasilnya menunjukkan bahwa ada pengaruh pendidikan kesehatan melalui media video terhadap peningkatan pengetahuan ibu hamil mengenai tablet Fe¹¹. Berikutnya penelitian yang dilakukan oleh Safitri Tahun 2017 di Palangka Raya menunjukkan bahwa Ada pengaruh media video terhadap peningkatan pengetahuan dan sikap dalam pemberian ASI eksklusif¹². Selain itu, penelitian lainnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Sari, dkk Tahun 2019 di Puskesmas Caringin Kota Bandung yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh edukasi melalui media video terhadap pengetahuan¹³.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirasa perlu untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Media Promosi Penyuluhan terhadap Perilaku Unmet Need Kb Pada Pasangan Usia Subur (PUS) di Nagari Sijunjung Tahun 2023”. Adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh media promosi penyuluhan terhadap perilaku Unmet Need KB pada Pasangan Usia Subur (PUS) di Nagari Sijunjung Tahun 2023.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan rancangan *Quasi Eksperiment Design* dengan bentuk *One Group Pre Test Post Test*). Metode ini dilakukan dengan memberikan pretest terlebih dahulu kemudian diikuti dengan intervensi dan posttest, sehingga hasil perlakuan dapat diketahui lebih akurat, karena dapat membandingkan dengan keadaan sebelum perlakuan¹⁴. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 345 orang dengan jumlah sampel sebanyak 78 orang yang dibagi menjadi 2 (dua) strata. Strata pertama yaitu Wanita menikah usia subur dan tidak hamil tetapi ingin anak nanti/ kemudian sebanyak 58 orang dan Wanita menikah usia subur dan tidak hamiltetapi tidak ingin anak lagi sebanyak 20 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner pre-test dan post-test. Data dianalisis menggunakan analisis Univariat dan Bivariat dengan derajat kepercayaan 95%.

HASIL

Dari pengolahan data yang telah dilakukan maka diperoleh hasil bahwa:

Analisis Univariat

Tabel 1. Rata-rata Pengetahuan tentang KB Sebelum dan Sesudah Diberikan Media Promosi Penyuluhan

| | N | Min | Max | Mean |
|-----------------------|----------|------------|------------|-------------|
| Pre Test Pengetahuan | 78 | 9 | 15 | 11,90 |
| Post Test Pengetahuan | 78 | 13 | 19 | 15,82 |

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai pengetahuan responden saat pre Test adalah dengan nilai minimum 9, nilai maksimum 15 dan rata-rata 11,90. Sedangkan nilai responden saat post Test adalah dengan nilai minimum 13, nilai maksimum 19 dan rata-rata 15,82.

Tabel 2. Rata-rata sikap Pasangan Usia Subur (PUS) tentang KB sebelum dan dan sesudah diberikan media promosi penyuluhan

| | N | Min | Max | Mean |
|-----------------|----------|------------|------------|-------------|
| Pre Test Sikap | 78 | 36 | 40 | 38,37 |
| Post Test Sikap | 78 | 39 | 47 | 43,54 |

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai sikap responden saat pre Test adalah dengan nilai minimum 36, nilai maksimum 40 dan rata-rata 38,37. Sedangkan nilai responden saat post Test adalah dengan nilai minimum 39, nilai maksimum 47 dan rata-rata 43,54.

Analisis Bivariat

Tabel 3. Pengaruh Media Promosi Penyuluhan terhadap Perilaku Unmet Need KB

| | Mean | Std. Deviasi | P-Value | Kesimpulan |
|-----------------------|-------|--------------|---------|----------------|
| Pre Test Pengetahuan | 11,90 | 1,828 | 0,000 | Ha diterima |
| Post Test Pengetahuan | 15,82 | 1,843 | 0,000 | |
| Pre Test Sikap | 38,37 | 1,613 | 0,000 | |
| Post Test Sikap | 43,54 | 2,068 | 0,000 | |

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hipotesa Ha dalam penelitian ini di terima. karena di peroleh nilai *P-Value* sebesar 0,000. Nilai ini lebih $< 0,005$ artinya ada pengaruh media penyuluhan terhadap perilaku Unmet Need KB pada Pasangan Usia Subur (PUS).

PEMBAHASAN

Rata-rata pengetahuan Pasangan Usia Subur (PUS) tentang KB sebelum dan dan sesudah diberikan media promosi penyuluhan

Nilai pengetahuan responden saat pre Test adalah dengan nilai minimum 9, nilai maksimum 15 dan rata-rata 11,90. Dari 20 pertanyaan pengetahuan pada kuesioner, terdapat beberapa item pertanyaan yang memiliki nilai terendah. Nilai kuesioner terendah yang diisi oleh responden wanita menikah usia subur dan tidak hamil tetapi ingin anak nanti/ kemudian yaitu tentang manfaat ber-KB bagi ibu, jenis kontrasepsi jangka pendek, letak pemasangan alat kontrasepsi IUD/ Spiral, Jenis alat kontrasepsi yang dipasang di lengan kiri dan jenis alat kontrasepsi yang dapat memulihkan kembali kesuburuan jika dilepas. Kurangnya pengetahuan responden pada item pertanyaan tersebut dikarenakan tidak pernah mendapatkan informasi tentang hal tersebut. Responden yang berperilaku Unmet Need KB dengan alasan ingin menunda kehamilan atau menginginkan anak nanti tidak mengetahui tentang manfaat KB, jenis serta prosedur pemasangan KB. Padahal salah satu manfaat KB adalah menjarangkan waktu kelahiran anak.

Sedangkan pada wanita menikah usia subur dan tidak hamil tetapi tidak ingin anak lagi memiliki nilai terendah ada pada item kuesioner tentang jenis alat kontrasepsi jangka panjang, jenis alat kontrasepsi yang di pasang pada rahim, Jenis alat kontrasepsi yang bersifat permanen, syarat Pasangan Usia Subur (PUS) yang boleh menggunakan alat kontrasepsi permanen, keuntungan steril wanita, efek samping penggunaan alat kontrasepsi IUD/ Spiral dan efek samping penggunaan jenis kontrasepsi

implan atau susuk. Kurangnya pengetahuan responden tentang hal diatas disebabkan karena tidak adanya pengetahuan responden tentang hal tersebut. Responden yang berperilaku Unmeed Need KB dengan alasan tidak ingin anak lagi, mereka tidak mengetahui tentang jenis alat kontrasepsi yang dapat mereka pasang jika memang tidak menginginkan anak lagi, responden merasa takut timbulnya efek samping dari KB.

Setelah diberikannya media promosi penyuluhan kepada responden, diperoleh nilai minimum 13, nilai maksimum 19 dan rata-rata 15,82. Dari hasil pengolahan data ini didapatkan ada peningkatan rata-rata pengetahuan responden sebelum dan sesudah diberikan intervensi berupa media penyuluhan. Terdapat selisih sebesar 3,92. Tidak ada satupun responden yang mengalami penurunan nilai. Adanya peningkatan pengetahuan responden dapat disebabkan karena informasi yang di sampaikan oleh peneliti dapat dipahami oleh responden. Selain itu, informasi yang disampaikan merupakan informasi yang penting untuk diketahui oleh kalangan umur responden sehingga dapat meingkatkan pengetahuan mereka.

Pengetahuan adalah hasil dari tahu yang terjadi setelah adanya penangkapan dari indra terhadap suatu objek. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Tanpa adanya pengetahuan seseorang tidak memiliki landasan atau dasar dalam mengambil sebuah keputusan dan tidak dapat menentukan tindakan atau jalan keluar terhadap suatu masalah yang di hadapi ¹⁵. Dengan adanya pengetahuan responden tentang program KB dapat mempengaruhi sikap nya terhadap perilaku Unmeed Need KB. Semakin baik pengetahuan responden tentang program KB akan semakin baik pula sikapnya terhadap pelaksanaan KB.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Feradisa, dkk (2022) tentang hubungan tingkat pengetahuan dan sikap akseptor KB terhadap keaktifan penggunaan kontrasepsi hasilnya menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pengetahuan akseptor KB dengan keaktifan penggunaan kontrasepsi ¹⁶. Selain itu juga ada penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2021) tentang hubungan tingkat pengetahuan dan sikap ibu pasangan usia subur terhadap penggunaan alat kontrasepsi hasilnya menyatakan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara pengetahuan terhadap penggunaan alat kontrasepsi ¹⁷.

Berdasarkan asumsi peneliti, terjadinya peningkatan pengetahuan responden dapat dikaitkan dengan karakteristik umur dan pendidikan responden. Mayoritas umur responden adalah 20-35 Tahun dan mayoritas tamatan SMA. Pada umur responden saat ini yang masih bisa dikatakan ibu muda masih mampu untuk menangkap dengan jelas informasi yang di sampaikan dengan pendidikannya responden mampu untuk membaca, menulis dan memperhatikan apa yang diberikan dan disampaikan oleh peneliti. Pengetahuan tentang KB sangat penting dan menjadi prasyarat dalam perubahan Perilaku pasangan usia subur dalam Unmeed Need KB. Dengan memberikan informasi-informasi tentang program KB akan meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang hal tersebut. Selanjutnya dengan pengetahuan-pengetahuan itu akan menimbulkan kesadaran mereka, dan akhirnya menyebabkan orang berperilaku sesuai dengan pengetahuan yang dimilikinya.

Rata-rata Sikap Pasangan Usia Subur (PUS) tentang KB sebelum dan dan sesudah diberikan media promosi penyuluhan

Nilai sikap responden saat pre Test adalah dengan nilai minimum 36, nilai maksimum 40 dan rata-rata 38,37. Sedangkan nilai responden saat post Test adalah dengan nilai minimum 39, nilai maksimum 47 dan rata-rata 43,54. Pada pertanyaan sikap terdapat beberapa item yang memiliki nilai terendah. Nilai kuesioner terendah yang diisi oleh responden wanita menikah usia subur dan tidak hamil tetapi ingin anak nanti/ kemudian yaitu pertanyaan kuesioner positif tentang perilaku ikut serta dalam program KB agar mengatur jumlah anak. Sedangkan pada pernyataan sikap Negatif pada pernyataan kuesionernya adalah tentang ber KB hanya bagi wanita yang tidak ingin anak lagi, pernyataan tentang kemampuan dalam mencegah kehamilan dengan tidak perlu menggunakan KB, Pernyataan tentang KB suntik menyebabkan kerugian susah subur kembali jika digunakan jangka panjang dan tentang kehamilan adalah rezeki sehingga tidak perlu dicegah dengan alat atau cara KB.

Rendahnya sikap responden tentang perilaku ber KB diakibatkan karena kurangnya pengetahuan dan kepercayaan dan kurangnya. Responden wanita menikah usia subur dan tidak hamil tetapi ingin anak nanti/ kemudian memiliki kepercayaan bahwa menggunakan KB akan berpengaruh terhadap kesuburan mereka sehingga memiliki rasa takut jika nanti susah untuk memiliki anak lagi dan masing beranggapan bahwa anak adalah rezeki yang tidak perlu dicegah dengan KB sedangkan mereka sendiri ingin menunda kehamilan atau menginginkan anak nanti. Responden masih bersikap enggan untuk mengikuti program KB.

Pada wanita menikah usia subur dan tidak hamil tetapi tidak ingin anak lagi memiliki nilai terendah ada pada item pernyataan kuesioner positif yaitu tentang tujuan KB adalah mewujudkan keluarga yang sejahtera dan berkualitas. Pada pernyataan kuesioner negatif tentang pernyataan tentang KB pil dapat menyebabkan penambahan berat badan, pernyataan negatif tentang pengalaman tetangga yang gagal ber KB sehingga memiliki rasa takut untuk ber KB dan tentang adanya efek samping KB yang merugikan. Sikap responden yang masih rendah disebabkan karena tidak mengetahui tujuan dari KB dan memiliki lingkungan yang tidak mendukung program KB, adanya pengalaman dari orang lain yang membuat responden takut untuk mengikuti program KB. Responden memiliki ketakutan akan efek samping dari KB yang sebenarnya dapat dikonsultasikan dengan petugas kesehatan. Masing-masing jenis alat kontrasepsi memiliki keuntungan dan efeknya masing-masing dan itu semua tergantung kepada kecocokan dari tubuh masing-masing orang, sehingga tidak bisa perpatokan dengan tubuh atau kondisi orang lain. Responden tidak mencari tau informasi yang jelas dan akurat kepada ahlinya karena hanya mendengarkan pengalaman orang lain.

Setelah dilakukannya intervensi berupa promosi penyuluhan, diperoleh hasil bahwa ada peningkatan rata-rata sikap responden sebelum dan sesudah diberikan intervensi berupa media penyuluhan. Terdapat selisih sebesar 5,17. Adanya peningkatan sikap responden menjadi lebih baik disebabkan karena didahului oleh peningkatan pengetahuan sehingga di susul oleh peningkatan sikap. Sikap adalah keinginan memberikan tanggapan terhadap suatu rangsangan yang dapat membimbing

tingkah laku seseorang. Sikap seseorang terhadap sesuatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak maupun perasaan tidak memihak¹⁸. Sikap mempunyai tiga komponen pokok yaitu kepercayaan, evaluasi terhadap objek dan kecenderungan untuk bertindak¹⁹. Sikap responden dapat mempengaruhi perilakunya dalam program KB.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pipit (2020) tentang hubungan sikap ibu dengan perilaku penggunaan alat kontrasepsi (KB) hasilnya menyatakan bahwa ada hubungan sikap ibu dengan perilaku pada penggunaan alat kontrasepsi (KB) dengan nilai korelasi positif dan kekuatan korelasinya kuat²⁰. Selain itu juga ada penelitian yang dilakukan oleh Suci (2020) tentang hubungan pengetahuan dan sikap akseptor kb dengan pemakaian alat kontrasepsi mantap hasilnya menyatakan bahwa ada hubungan yang bermakna antara sikap dengan pemakaian alat kontrasepsi mantap²¹.

Berdasarkan asumsi peneliti, peningkatan sikap dapat terjadi karena responden merasa mendapatkan manfaat dari penjelasan penyuluhan yang diberikan oleh peneliti, responden merasa tergerak untuk mengubah perilakunya. Timbullah kemauan dan kemampuan responden untuk berperilaku positif terhadap KB dan meninggalkan perilaku Unmet Need KB. Sehingga hal ini bermanfaat baik bagi kesejahteraan diri dan keluarga mereka sendiri.

Pengaruh media promosi penyuluhan terhadap perilaku Unmet Need KB Pada Pasangan Usia Subur (PUS)

Temuan penelitian diinterpretasikan bahwa media promosi penyuluhan berpengaruh terhadap perilaku Unmet Need KB pada Pasangan Usia Subur (PUS). Hipotesis Ha dalam penelitian ini di terima, karena di peroleh nilai *P-Value* sebesar 0,000. Nilai ini lebih $< \alpha$ 0,005 artinya ada pengaruh media penyuluhan terhadap perilaku Unmet Need KB pada Pasangan Usia Subur (PUS).

Pemberian intervensi dengan media promosi penyuluhan menggunakan video sangat mempengaruhi peningkatan pengetahuan dan sikap responden. Penyuluhan yang diberikan kepada responden dikemas dalam materi yang mudah dipahami, pesan yang disampaikan sangat bermanfaat bagi responden, penyuluh juga mampu membawakan suasana yang kondusif dan nyaman bagi para responden. Responden dapat menangkap informasi dengan jelas sehingga mampu meningkatkan pengetahuannya terkait dengan program KB. Selain itu, responden juga dapat mengubah perilakunya menjadi tidak Unmet Need KB.

Perubahan perilaku adalah perubahan yang terjadi dari tindakan yang dilakukan dari tindakan yang tidak sehat menjadi tindakan yang berwawasan kesehatan²². Perubahan perilaku diawali dengan adanya perubahan pengetahuan dan sikap²³. Teori perubahan perilaku salah satunya adalah dengan *Stimulus-Organisme-Respon* (S-O-R), dimana teori ini mengungkapkan bahwa perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsangan (stimulus) yang diberikan kepada sasaran. Apabila stimulus telah diterima maka terjadi kesediaan untuk bertindak sesuai dengan stimulus yang diterima sehingga pada akhirnya stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut untuk melakukan perubahan perilaku²⁴.

Dalam penelitian ini stimulus yang diberikan kepada responden adalah dengan penyuluhan. Penyuluhan merupakan suatu metode yang dilakukan secara lisan. Dengan penyuluhan kontak antara sasaran dengan petugas lebih intensif. Setiap materi yang tidak jelas dapat ditanyakan langsung kepada petugas. Sehingga responden dengan sukarela berdasarkan kesadaran melakukan perubahan perilaku²⁵. Penyuluhan yang diberikan kepada responden adalah tentang pengertian program KB, tujuan program KB, manfaat KB, jenis alat kontrasepsi jangka panjang, jenis alat kontrasepsi jangka pendek dan menjelaskan tentang efek samping ber KB. Metode yang digunakan saat penyuluhan adalah tanya jawab. Dimana responden dapat bertanya langsung kepada peneliti terkait dengan hal-hal atau materi yang belum jelas atau di pahami.

Penyuluhan yang diberikan mampu memberikan pengaruh terhadap perilaku Unmeed Need KB pada pasangan usia subur (PUS). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriana (2021) tentang Pengembangan penyuluhan kesehatan meningkatkan pemakaian alat kontrasepsi hasilnya menyatakan bahwa Pengembangan penyuluhan kesehatan meningkatkan pemakaian alat kontrasepsi²⁶. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Samodra (2017) tentang pengaruh penyuluhan terhadap keinginan mengikuti program kb pada ibu hamil hasilnya menyatakan bahwa penyuluhan meningkatkan keinginan mengikuti program KB pada ibu hamil.

Adapun faktor keberhasilan dalam penyuluhan yang dilakukan oleh peneliti juga di dukung oleh penggunaan media. Media yang digunakan oleh peneliti adalah video. Media video termasuk kedalam media audio visual yang menghasilkan atau menyampaikan materi dengan menyajikan pesan-pesan audio dan visual. Melalui media ini produksi dan penggunaan materi yang penyerapannya melalui pandangan dan pendengaran²⁷. Video juga merupakan teknologi pengiriman sinyal elektronik dari suatu gambar yang bergerak²⁸. Video yang ditampilkan kepada responden yaitu video tentang pentingnya ber-KB dan dampak apabila berperilaku Unmeed Need KB. Penyampaian informasi menggunakan media video mampu membantu mempermudah peneliti untuk melakukan penelitian dan membantu meningkatkan pengetahuan dan sikap Pasangan Usi Subur (PUS) terhadap program KB.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sulistiyanto (2022) tentang video edukasi dapat meningkatkan pengetahuan, sikap, dan perilaku keluarga berencana pasien pasca salin hasilnya menyatakan bahwa video edukasi dapat meningkatkan pengetahuan, sikap, dan perilaku keluarga berencana pasien pasca salin²⁹.

Berdasarkan asumsi peneliti, peningkatan pengetahuan dan sikap dapat terjadi karena diberikannya media penyuluhan dan video. Informasi yang disampaikan dalam penyuluhan memang informasi yang sangat bermanfaat bagi responden. Peneliti mentransfer informasi mengenai kelebihan, kekurangan, efektivitas dan efisiensi program KB serta efek dan dampak jika responden berperilaku Unmeed Need KB. Selain itu, penayangan video mampu meningkatkan pengetahuan dan sikap responden karena dapat memfungsikan dua indra sekaligus yaitu indra pendengaran dan penglihatan, sehingga informasi yang ada dapat ditangkap dengan mudah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh media penyuluhan terhadap perilaku Unmeed Need KB pada Pasangan Usia Subur (PUS) di Nagari Sijunjung maka dapat disimpulkan bahwa: Rata-rata pengetahuan Pasangan Usia Subur (PUS) tentang KB sebelum diberikan media promosi penyuluhan adalah 11,90 dan rata-rata pengetahuan Pasangan Usia Subur (PUS) tentang KB sesudah diberikan media promosi penyuluhan adalah 15,82, Rata-rata sikap Pasangan Usia Subur (PUS) tentang KB sebelum diberikan media promosi penyuluhan adalah 38,37 dan rata-rata sikap Pasangan Usia Subur (PUS) tentang KB sesudah diberikan media promosi penyuluhan adalah 43,54 dan Ada pengaruh media promosi penyuluhan terhadap Perilaku Unmet Need KB pada Pasangan Usia Subur (PUS) dengan diperolehnya nilai $P\text{-Value } 0,000 < \alpha 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

1. Kemenkes RI. *Profil Kesehatan Indo-Nesia*.; 2016.
2. Matahari D. Buku Ajar Keluarga Berencana Dan Kontrasepsi. *Pustaka Ilmu*. 2018;1:viii+104 halaman. http://eprints.uad.ac.id/24374/1/buku_ajar_Keluarga_Berencana_dan_Kontrasepsi.pdf
3. BKKBN. Konsep Unmeed Need KB. Published online 2017.
4. United Nations. World Family Planning. Published online 2017:1-43.
5. Population Reference Bureau International Data. Kejadian Unmeed Need. Published online 2019.
6. SDKI. *Survei Demografi Dan Kesehatan Indonesia 2012 Macro International*. (Badan Pusat Statistik B, Berencanaan KK, Nasional DK, International. M, eds.); 2013.
7. SDKI. *Survei Demografi Dan Kesehatan*. Badan Pusat Statistik, Badan Berencanaan, Koordinasi Keluarga Nasional, Kementerian Kesehatan USAID; 2018.
8. DPPKB. Data kejadian Unmeed Need Januari- Juni Tahun 2022. Published online 2022.
9. Nurmala D. *Promosi Kesehatan*. Pusat Penerbitan dan Percetakan Universitas Airlangga (AUP); 2018. https://repository.unair.ac.id/87974/2/Buku_Promosi_Kesehatan.pdf
10. Jatmika septian emma dwi, Maulana M, Kuntoro, Martini S. *Pengembangan Media Promosi Kesehatan*. Penerbit K-Media; 2019.
11. Munayarokh M, Herawati T, Idhayanti RI, Nikmawati N. Pengaruh Pendidikan Kesehatan Dengan Media Video Terhadap Peningkatan Pengetahuan Ibu Hamil Tentang Tablet Fe. *Juru Rawat J Updat Keperawatan*. 2022;2(1):18-24. doi:10.31983/juk.v2i1.8787
12. Safitri N. Edukasi Kesehatan Menggunakan Media Video terhadap Pengetahuan dan Sikap Pemberian ASI Eksklusif pada Ibu Hamil Trimester III di Palangka Raya. *J Surya Med*. 2022;8(1):54-64. doi:10.33084/jsm.v8i1.3423
13. Sari NP, Angelina R, Fauziah L. Pengaruh Edukasi melalui Media Video terhadap Pengetahuan dan Sikap Keluarga tentang Pneumonia pada Balita. *J Ilmu Keperawatan Anak*. 2019;2(2):69. doi:10.32584/jika.v0i0.357
14. Hardani D. *Buku Metode Penelitian Kualitatif Dan Kualitatif*.; 2020.
15. Notoadmodjo S. *Promosi Kesehatan & Prilaku Kesehatan*.; 2021.
16. Feradisa T, Kiftia M, Fitri A. Hubungan Tingkat Pengetahuan dan Sikap Akseptor KB Terhadap Keaktifan

- Penggunaan Kontrasepsi Suntik. 2022;VI(3).
17. Rahayu B. Hubungan Tingkat Pengetahuan dan Sikap Ibu Pasangan Usia Subur (PUS) terhadap Penggunaan Alat Kontrasepsi di Wilayah Kerja Puskesmas Sawah Lebar Tahun 2021. *Front Neurosci.* 2021;14(1).
 18. Notoatmodjo S. *Promosi Kesehatan & Ilmu Perilaku.*; 2019.
 19. Tumurang MN. *Buku Promosi Kesehatan.* Griya Kebonagung; 2018.
 20. Pipit D. Hubungan Sikap Ibu dengan Perilaku Penggunaan Alat Kontrasepsi (KB) di Puskesmas Samarinda Kota. *Borneo Student Res.* 2020;2(1).
 21. Suci T. Hubungan Pengetahuan Dan Sikap Akseptor Kb Dengan Pemakaian Alat Kontrasepsi Mantap Di Desa Tebing Tanjung Selamat Kecamatan Padang Tualang Kabupaten Langkat. *file:///C:/Users/VERA/Downloads/ASKEP_AGREGAT_ANAK_and_REMAJA_PRINT.docx.* 2020;21(1).
 22. Siregar PA. *Diktat Dasar Promkes.*; 2020.
 23. Febrianti D, Ramlan MP. *Buku Ajar Promosi Kesehatan.* (Zulkarnain, ed.). Cv.Eureka Media Aksara; 2022.
 24. Widyawati. *Buku Ajar Promosi Kesehatan Untuk Mahasiswa Keperawatan.* Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Binalita Sudama Medan; 2020.
 25. Asniar dkk. *Pendidikan Dan Promosi Kesehatan.*; 2020. doi:10.52574/syiahkualauniversitypress.224
 26. Fitriana N. Pengembangan penyuluhan kesehatan meningkatkan pemakaian alat kontrasepsi di puskesmas Purwoyoso kota Semarang. *J Ris Kebidanan Indones.* 2021;4(2). doi:10.32536/jrki.v4i2.94
 27. Syawaluddin A. *Media Pembelajaran.*; 2022.
 28. Djannah SN, Wijaya CSW, Jamko MN, et al. *Buku Ajar Promosi Kesehatan Dan Perubahan Perilaku.* CV Mine; 2020.
 29. Sulistiyanto H. Video Edukasi Dapat Meningkatkan Pengetahuan, Sikap, Dan Perilaku Keluarga Berencana Pasien Pasca Salin. *J Kesehat Kusuma Husada.* 2022;13(1):71-76. doi:10.34035/jk.v13i1.805