

Pengaruh Layanan Iklan Kesehatan Covid-19 Terhadap Pengetahuan dan Sikap Masyarakat di Kelurahan Boneoge Kecamatan Banawa Kabupaten Donggala

The Effect of Covid-19 Advertisement Towards People's Knowledge and Attitude in Boneoge Sub-District, Banawa District, Donggala Regency

¹Isqaida Ningsih*, ²Finta Amalinda, ³Muh Jufri

^{1,2,3}Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Muhammadiyah Palu

(*) Email Korespondensi: Isqaidaisqandar@gmail.com

Abstrak

Iklan layanan masyarakat ialah iklan yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, mengajak, atau mendidik masyarakat demi keuntungan sosial. Keuntungan sosial yang di inginkan berkaitan dengan peningkatan pengetahuan, kesadaran sikap. Dengan begitu adanya iklan layanan kesehatan Covid-19 yang di siarkan di televisi pada siaran CNN Indonesia dan Kompas Tv dapat mempermudah penyampaian informasi atau pesan-pesan yang berkaitan dengan kesehatan Covid-19. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui pengaruh iklan layanan kesehatan Covid-19 terhadap pengetahuan dan sikap orang dewasa di Kelurahan Boneoge Kecamatan Banawa Kabupaten Donggala. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi berjumlah 84 orang yang telah menonton siaran iklan layanan kesehatan pada siaran Kompas TV dan CNN Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah proportional random sampling. Sampel diambil dengan acak dan dilakukan stratafikasi atau menghitung proporsi sampel untuk masing-masing RW. Analisis yang di gunakan yaitu regresi linear sederhana dengan dengan tingkat kepercayaan 95%. $\alpha=0,05$. Hasil penelitian yaitu tidak ada pengaruh signifikan antara layanan iklan kesehatan Covid-19 terhadap pengetahuan dan sikap Masyarakat di Kelurahan Boneoge Kecamatan Banawa Kabupaten Donggala dengan nilai sig 0,169 dan 0,394 (sig < 0.05).

Kata Kunci: Iklan Layanan Kesehatan; Pengetahuan; sikap

Abstract

Public service advertisement aim to convey information, invite, or educate the public for social gain. The desired social benefits are related to increasing knowledge and awareness of attitudes. The Covid-19 health service advertisements broadcasted on television particularly CNN Indonesia and Kompas TV can facilitate the delivery of information or message related to Covid-19. The research aims to determine the effect of Covid-19 advertisements toward people's knowledge and attitude. This is a quantitative research. The population is 84 people who have watched advertisement on Kompas TV and CNN Indonesia. The sampling technique is proportional random sampling. Sample were taken randomly and stratified or calculated the proportion of sample for each RW. The analysis used was simple linear regression with a 95% confidence level. $\alpha = 0.05$. The results showed that there was no significant effect between Covid-19 health advertising service on the knowledge and attitude of the community in Boneoge Village, Banawa District, Donggala Regency with sig values of 0.169 and 0.394 (sig < 0.05).

Keywords: Health Advertisement; Knowledge; and Attitude

PENDAHULUAN

Provinsi Sulawesi Tengah merupakan salah satu wilayah Negara Indonesia yang terdampak wabah COVID-19. Berdasarkan Laporan *Update* Harian COVID-19 Per Kabupaten/Kota tanggal 28 September 2020 tercatat 402 terkonfirmasi positif COVID-19, 256 orang diantaranya dinyatakan sembuh dan 16 orang lainnya meninggal dunia (1).

Dinas Kesehatan Kabupaten Donggala, mengungkapkan ada dua kasus positif COVID-19 di daerah Kecamatan Banawa dan Rio Pakava. Dan pada tanggal 22 Juni 2020 yang terpapar Covid-19 berjumlah 1 jiwa dan itu bukan dari warga banawa (kelurahan boneoge) tetapi warga dari luar kota yang datang mengunjungi keluarganya, dan terdapat satu Pasien Dalam Pengawasan (PDP) di daerah Kelurahan Boneoge, dan jumlah yg isolasi mandiri terdapat 14 jiwa (2).

Di Kelurahan Boneoge orang dewasa masih banyak yang tidak mematuhi protokol kesehatan seperti tidak memakai masker ketika berpergian, sementara pemerintah telah memberikan himbauan dengan cara memberikan spanduk dengan tujuan agar masyarakat tau betapa bahayanya virus corona ini bukan hanya memberikan spanduk tetapi dengan adanya iklan di televisi juga sering di tayangkan seperti yang ada di siaran KompasTV dan CNN Indonesia yang menerapkan anjuran 3M (Mencuci Tangan, Menjaga Jarak dan Memakai Masker) dengan adanya iklan ini menjelaskan bahwa untuk dapat mengurangi bahkan memutus mata rantai infeksi Covid-19 seseorang harus melakukan anjuran protokol 3M (Mencuci Tangan, Menjaga Jarak dan Memakai Masker). Tetapi pada kenyataannya masih banyak orang dewasa di Kelurahan Boneoge yang tidak menyikapi hal ini dengan baik, namun dengan kondisi ini malahan banyak di manfaatkan oleh banyak dari anak-anak maupun orang dewasa, seperti bermain bola, voli dan takraw. Selain itu masih banyak orang dewasa di Kelurahan Boneoge yang menganggap enteng atau acuh terhadap virus ini.

Pentingnya iklan layanan masyarakat terkait Covid-19 sudah disampaikan oleh Ketua Komisi I DPR RI, Meutya Hafid, seperti yang disiarkan melalui siaran-siaran seperti KompasTV, CNN INDONESIA bahwa edukasi terhadap masyarakat perlu secara cakup dilakukan. Pengaruh penting iklan layanan masyarakat Covid-19 (3).

Mengapa peneliti melakukan penelitian ini, karena di Kelurahan Boneoge orang dewasa masih banyak yang tidak mematuhi protokol kesehatan seperti tidak memakai masker ketika berpergian, sementara pemerintah telah memberikan himbauan dengan cara memberikan spanduk dengan tujuan agar masyarakat tau betapa bahayanya virus corona ini bukan hanya memberikan spanduk tetapi dengan adanya iklan di televisi juga sering di tayangkan seperti yang ada di siaran KompasTV dan CNN Indonesia yang menerapkan anjuran 3M (Mencuci Tangan, Menjaga Jarak dan Memakai Masker) dengan adanya iklan ini menjelaskan bahwa untuk dapat mengurangi bahkan memutus mata rantai infeksi Covid-19 seseorang harus melakukan anjuran protokol 3M (Mencuci Tangan, Menjaga Jarak dan Memakai Masker). Tetapi pada kenyataannya masih banyak orang dewasa di Kelurahan Boneoge yang tidak menyikapi hal ini dengan baik, namun dengan kondisi ini malahan banyak di manfaatkan oleh banyak dari anak-anak maupun orang dewasa, seperti bermain bola, voli dan takraw. Selain itu masih banyak orang dewasa di Kelurahan Boneoge yang menganggap enteng atau acuh terhadap virus ini.

Dari observasi selama 5 hari peneliti mendapatkan informasi bahwa di kelurahan Boneoge terdapat 3677 jiwa dari 800 Kepala Keluarga dan yang memiliki televisi terdapat 643 rumah yang memiliki televisi di Kelurahan Boneoge. Berdasarkan hasil observasi di lapangan peneliti juga menemukan 4 orang dewasa mengatakan pernah menonton iklan layanan kesehatan terkait Covid-19 di televisi siaran KompasTV dan 3 mengatakan pernah menonton iklan layanan terkait Covid-19 di televisi siaran CNN Indonesia dan 3 orang dewasa lagi mengatakan tidak pernah menonton iklan tersebut di televisi dan yang memiliki siaran KompasTV dan CNN Indonesia berjumlah 461 televisi dan jumlah orang dewasa berumur 20 tahun keatas yang telah menonton iklan layanan kesehatan terkait Covid-19 berjumlah 535 orang.

Berdasarkan situasi yang telah di uraikan di atas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Iklan Layanan Kesehatan Covid-19 terhadap pengetahuan dan sikap orang dewasa di Kelurahan Boneoge Kecamatan Banawa Kabupaten Donggala".

METODE

Jenis penelitian ini penelitian kuantitatif yang dapat dijabarkan sebagai metode penelitian yang bertujuan untuk memverifikasi suatu teori atau kebenaran, menunjukkan deskripsi statistik, serta menganalisa hasilnya dengan prosedur yang sistematis dengan data berupa numerikal, angka, atau grafik (4). Adapun objek yang di gambarkan dan di interpretasi dalam penelitian ini adalah pengetahuan dan sikap orang dewasa tentang Iklan Layanan Kesehatan kesehatan Covid-19 di Kelurahan Boneoge Kecamatan Banawa Kabupaten Donggala.

Tehnik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *proportional random sampling*. Sampel diambil dengan acak dan dilakukan stratafikasi atau menghitung proporsi sampel untuk masing-masing RW.

HASIL

Pengaruh layanan iklan kesehatan Covid-19 terhadap pengetahuan orang dewasa pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Pengaruh Layanan Iklan Kesehatan Covid-19 Terhadap Pengetahuan Masyarakat di Kelurahan Boneoge Kecamatan Banawa Kabupaten Donggala

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	.500	.146		3.419	.001
Pengetahuan	-.216	.156	-.151	-1.388	.169

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan nilai signifikansi dari tabel koefisien diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,169 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat tidak ada pengaruh terhadap layanan iklan televisi terkait kesehatan Covid-19 dan berdasarkan nilai t, diketahui nilai thitung sebesar $-1,388 < t_{tabel} 1,993$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat tidak ada pengaruh terhadap layanan iklan televise terkait Covid-19 di kelurahan boneoge kecamatan banawa kabupaten donggala.

Pengaruh layanan iklan kesehatan Covid-19 terhadap sikap masyarakat pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Pengaruh Layanan Iklan Kesehatan Covid-19 Terhadap Sikap Masyarakat di Kelurahan Boneoge Kecamatan Banawa Kabupaten Donggala

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	.364	.081		4.484	.000
Sikap	-.089	.104	-.094	-.856	.394

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan nilai signifikansi dari tabel koefisien diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,394 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa sikap masyarakat tidak ada pengaruh terhadap layanan iklan televisi terkait kesehatan Covid-19 dan berdasarkan nilai t, diketahui nilai thitung sebesar $-0,856 < t_{tabel} 1,993$ sehingga dapat disimpulkan bahwa sikap masyarakat tidak ada pengaruh terhadap layanan iklan televise terkait Covid-19 di kelurahan boneoge kecamatan banawa kabupaten donggala.

PEMBAHASAN

Pengaruh Layanan Kesehatan Covid-19 Terhadap Pengetahuan Masyarakat di Kelurahan Boneoge Kecamatan Banawa Kabupaten Donggala.

Hasil analisis univariat menunjukkan bahwa responden yang berpengetahuan tinggi lebih banyak dibandingkan dengan berpengetahuan rendah. Dimana 84 responden yang berpengetahuan rendah sebanyak 10 responden (11.9%) dan yang berpengetahuan tinggi sebanyak 74 responden (88.1%).

Dari hasil uji bivariat menunjukkan nilai signifikansi dari tabel koefisien diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,169 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat tidak dapat berpengaruh terhadap layanan iklan televisi terkait kesehatan Covid-19 dan berdasarkan nilai t , diketahui nilai thitung sebesar $-1,388 < t_{tabel} 1,993$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat tidak dapat berpengaruh terhadap layanan iklan televisi terkait Covid-19 di kelurahan boneoge kecamatan banawa kabupaten donggala.

Menurut peneliti responden yang pengetahuannya tinggi banyak mendapatkan informasi mengenai layanan kesehatan Covid-19 bukan hanya dari iklan di televisi saja tetapi juga dapat informasi dari iklan di *handphone* dan brosur-brosur yang sering di sebar atau di tempel sekitaran rumah mereka dan juga mendapatkan informasi dari tenaga kesehatan. Oleh karena itu pemahaman tentang layanan kesehatan Covid-19 baik dengan mendapatkan berbagai informasi maka seseorang dapat mengetahui dan memahami suatu hal yang benar sehingga dapat menjelaskan atau menguraikan hal tersebut dengan baik. Menurut Aswar (2013) pengetahuan tidak secara langsung berhubungan dengan suatu perilaku dalam tindakan dan menghasilkan suatu nilai positif (5).

Pengetahuan yang ada pada seseorang diterima melalui indera. Menurut penelitian ahli, yang paling banyak menyalurkan pengetahuan kedalam otak adalah indera pandang kurang lebih 75% sampai 87% dari pengetahuan manusia diperoleh melalui indera pandang 13% melalui indera pendengaran 12% lainnya tersalur melalui indera yang lainnya. (Susilo, dkk 2016).

Pengaruh layanan kesehatan Covid-19 terhadap sikap masyarakat di kelurahan boneoge kecamatan banawa kabupaten donggala

Berdasarkan analisis univariat menunjukkan bahwa responden yang bersikap baik sebanyak 51 responden (60.7%) dan responden yang bersifat tidak baik sebanyak 33 responden (39.3%) sedangkan hasil analisis bivariat menunjukkan nilai signifikansi dari tabel koefisien diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,394 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa sikap masyarakat tidak dapat berpengaruh terhadap layanan iklan televisi terkait kesehatan Covid-19 dan berdasarkan nilai t , diketahui nilai thitung sebesar $-856 < t_{tabel} 1,993$ sehingga dapat disimpulkan bahwa sikap masyarakat tidak dapat berpengaruh terhadap layanan iklan televisi terkait Covid-19 di kelurahan boneoge kecamatan banawa kabupaten donggala.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Handri (2017), yang menunjukkan nilai $p = 0,391$ sehingga $p = > 0,05$, yang menyatakan bahwa sikap merupakan suatu kesiapan mental atau emosional dalam beberapa jenis tindakan pada sesuatu hal yang tepat (6). Selain itu dapat diartikan sebagai sesuatu yang dipelajari dan bagaimana individu bereaksi terhadap situasi dan menentukan apa yang dicari dalam kehidupan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa tidak ada pengaruh layanan kesehatan Covid-19 terhadap pengetahuan dan sikap masyarakat di kelurahan boneoge kecamatan banawa kabupaten donggala.

SARAN

Rekomendasi saran bagi institusi, diharapkan penelitian ini menjadi salah satu bahan referensi kepustakaan dalam ilmu kesehatan dan dapat menambah wawasan pengetahuan khususnya iklan layanan kesehatan Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

1. Lubis DS, Fitri L. PENINGKATAN UPAYA PENCEGAHAN DAN PENANGANAN KEKERASAN TERHADAP PEREMPUAN PADA MASA PANDEMIK DI SULAWESI TENGAH. In: Prosiding Forum Ilmiah Tahunan (FIT) IAKMI. 2020.
2. Gargita IW. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepemilikan Jamban Setelah Pemicuan STBM di Desa Pantolobete Wilayah Kerja Puskesmas Lalundu Despot Kecamatan Rio Pakava Kabupaten Donggala. *J Kolaboratif Sains*. 2020;3(5):223–31.
3. Astuti GW, Sauri S. Tindak tutur ilokusi pada iklan layanan masyarakat pencegahan covid-19 : filsafat bahasa j. 1. austin 1,2. :296–306.
4. Hermawan I. Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method). Hidayatul Quran; 2019.
5. Asti Y. Hubungan Pengetahuan dan Sikap terhadap Perilaku Penyalahgunaan Narkoba pada Siswa/i SMP Negeri 4 Kecamatan Pontianak Timur Kotamadya Pontianak Tahun 2013. *J Mhs PSPD FK Univ Tanjungpura*. 2014;1(1).
6. Handri I. Rancangan Mesin Pakan Ternak Sapi Bahan Bekatul Penambahan Nutrisi Em4 Skala Home Industri. Universitas Wijaya Putra; 2017.